

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, CITA RASA
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
FRANCHISE FRIED CHICKEN (LOCAL BRAND)
DI SUKABUMI**

SKRIPSI

DERIZKI ARDAN DIANTO

20200080110



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NUSA PUTRA

SUKABUMI

AGUSTUS 2024

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, CITA RASA
DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
FRANCHISE FRIED CHICKEN (LOCAL BRAND)
DI SUKABUMI**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempuh Gelar Sarjana
Manajemen*



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS, HUKUM DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NUSA PUTRA
SUKABUMI
AGUSTUS 2024**

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, CITA RASA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *FRAN CHISE FRIED CHICKEN* (*LOCAL BRAND*) DI SUKABUMI

NAMA DERIZKI ARDAN DIANTO

NIM 20200080110

“Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut”.



Sukabumi, 01 Agustus 2024

DERIZKI ARDAN DIANTO

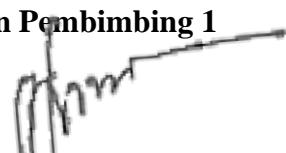
Penulis

PENGESAHAN SKRIPSI

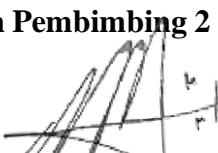
JUDUL	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, CITA RASA DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN <i>FRANCHISE FRIED CHICKEN (LOCAL BRAND)</i> DI SUKABUMI
NAMA	DERIZKI ARDAN DIANTO
NIM	20200080110

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Pengaji pada Sidang Skripsi tanggal 24 Juli 2024 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas untuk penganugerahan gelar Sarjana Manajemen.

Sukabumi, 01 Agustus 2024

Dosen Pembimbing 1

Abu Bakar Ashidqy, M.M.
NIDN. 0419077007



Dosen Pembimbing 2

Agung Maulana, M.A.
NIDN. 0412089501

Ketua Pengaji

Ketua Program Studi

Siti Nur Aisyah, M.A.
NIDN. 0413129601

Ana Yuliana Jasuni, M.M.
NIDN. 0414079101

PLH. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA Teddy Lesmana, S.H, M.H

NIDN. 0414058705

HALAMAN PERUNTUKAN

Skripsi ini saya tujukan kepada:

Pertama, untuk diri saya sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga saat ini dapat menyelesaikan perkuliahan.

Kedua, untuk Mama dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa dan limpahan kasih sayang yang tak ternilai yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.

Ketiga, untuk semua teman-teman Manajemen 2020 terima kasih banyak untuk bantuan dan kerja samanya dari awal hingga akhir perkuliahan.

MOTTO

“Bahkan di sudut - sudut tergelap umat manusia, masih ada tindakan kebaikan yang bersinar seperti mercusuar cahaya”

(Kutipan dalam buku “A Lucky Child”)

“ It always seems impossible until it’s done”

(Nelson Mandela)

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, price, taste and location on local brand fried chicken franchise customer satisfaction in Sukabumi. The research method uses a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires. The research sample consisted of fried chicken franchise customers in Sukabumi who were selected using purposive sampling method. Data analysis was conducted using multiple regression techniques. The results showed that service quality, price, and taste had a significant effect on customer satisfaction. Location was found to have no significant effect on customer satisfaction, with varying influence. The findings provide practical implications for fried chicken franchise managers in improving customer satisfaction by paying attention to these factors and considering location aspects in their marketing strategies.

Keywords: service quality, price, taste, location, customer satisfaction, fried chicken franchise.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, cita rasa dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan *franchise fried chicken local brand* di Sukabumi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian terdiri dari pelanggan *franchise fried chicken* di Sukabumi yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan pengaruh yang bervariasi. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola *franchise fried chicken* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut serta mempertimbangkan aspek lokasi dalam strategi pemasaran mereka.

Kata kunci: kualitas pelayanan, harga, cita rasa, lokasi, kepuasan pelanggan, franchise fried chicken.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahi Rabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, rizki, dan karunia-Nya. Alhamdulillahirabbil 'alamin puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan kesehatan dan rahmat-Nya yang berlimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Selanjutnya tidak lupa pula penulis mengucapkan Shalawat dan Salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wasallam yang telah membawa Risalah nya kepada seluruh umat manusia dan menjadi suri tauladan bagi kita semua. Oleh karena kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan *Franchise Fried Chicken (Local Brand)* Di Sukabumi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum dan Humaniora, Universitas Nusa Putra Sukabumi.

Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Kurniawan, S.T., M.Si., MM., selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak Anggy Praditha J., S.Pd., M.T., selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Bapak CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Humaniora Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
5. Bapak Abu Bakar Ashidqy, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Agung Maulana, M.A., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu memberikan arahan dan saran untuk kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibu Siti Nur Aisyah, M.A., selaku dosen penguji yang telah berkenan menguji hasil penelitian dari penulis, dan memberikan hal-hal terbaik bagi

penulis baik kritik, saran, dan masukan agar menjadi lebih baik lagi kedepannya.

8. Para Dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya dan telah membantu kelancaran selama menjalankan studi di Universitas Nusa Putra Sukabumi.
9. Terimakasih yang teristimewa untuk cinta pertama dan panutan penulis, untuk Mama saya, yaitu Rini Nuraeni. Terima kasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang di berikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun dia mampu senan tiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah untuk mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan yang sangat luar hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Semoga Mamah sehat, panjang umur dan bahagia selalu.
10. Teruntuk Ibu, Bibi, alm. Mak Yaya, A dodo, Aa, Tete, Pak Nur, A iwan, Adel, Malik dan Naki. Dengan rasa syukur dan kebanggaan, saya sampaikan rasa terima kasih yang sebesar – besarnya kepada seluruh anggota keluarga yang telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayang selama ini. Tanpa dukungan dari keluarga, saya tidak akan mampu melalui berbagai tantangan dan mencapai berbagai pencapaian yang telah diraih.
11. Untuk rekan kosan Nyumput (Alda, Aneu, Debbi, Farah, Fitria, Hilda, Laurent, Nasrullah, Novi, dan Suci) yang tak pernah penulis sangka hadir dalam proses perjalanan hidup penulis. Terimakasih karena telah menemani dan selalu memberi semangat kepada penulis hingga proses penggerjaan skripsi ini selesai.
12. Untuk rekan yang tak di sangka ada dalam proses perjuangan akhir saya yaitu para Human Azzety, Bundih, Cabai, Hutan, Inces, Panda, Viraun dan para doi nya Rangga, Aden dan Dea. Terima kasih telah mengiringi proses akhir ini dan telah banyak membantu saya, semoga kalian sukses selalu.
13. Untuk rekan esempeh yang selalu memberikan kejutan bersama yaitu Aview, Ido, Ode dan Morel. Terimakasih telah berteman dengan saya yang

selalu bersama hampir selama 10 tahun ini dan semoga sampai dunia akhirat.

14. Semua pihak yang tidak disebutkan satu-persatu, terima kasih untuk semangat dan bantuan yang telah diberikan.
15. Terakhir, untuk diri sendiri Derizki Ardan Dianto. Terimakasih telah kuat dan ikhlas menjalani kehidupan yang penuh liku liku sampai detik ini. Terimakasih telah mampu mengendalikan diri dari tekanan luar yang tidak menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis sangat bangga kepada diri sendiri, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan yang penulis miliki. Untuk itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk kemajuan penulis.



Sukabumi, 01 Agustus 2024

Derizki Ardan Dianto

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Universitas Nusa Putra, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Derizki Ardan Dianto
NIM 20200080110
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, dengan ini saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, CITA RASA DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *FRANCHISE FRIED CHICKEN (LOCAL BRAND) DI SUKABUMI*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalty Non-Eksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalih media/format, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Sukabumi
Pada tanggal : 01 Agustus 2024

Yang Menyatakan,

DERIZKI ARDAN DIAUTO

DAFTAR ISI

PERNYATAAN PENULIS	i
PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERUNTUKAN	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
2.3 Kerangka Penelitian.....	25
2.4 Hipotesis	26
BAB III.....	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.4 Definisi Operasional variabel	31
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.6 Teknik Analisis Data	33
BAB IV	38
PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Penelitian	38
4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data	38

4.3 Pembahasan	45
BAB V.....	48
KESIMPULAN	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Usaha Kuliner di Indonesia	1
Tabel 1. 2 Nama Franchise Fried Chicken Local Brand di Sukabumi.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Perencanaan Waktu Penelitian	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	31
Tabel 3. 3 Poin Skala Likert	33
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4. 3 Uji Validitas	39
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 5 Uji Normalitas.....	41
Tabel 4. 6 Uji Multikolinearitas	41
Tabel 4. 7 Uji regresi Linear Berganda	43
Tabel 4. 8 Uji t	44
Tabel 4. 9 Uji Koefisien Determinan R ²	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Makanan/Restoran di kota Sukabumi.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Usaha Makanan/Restoran di Kabupaten Sukabumi	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4. 1 Uji heteroskedastisitas	42



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

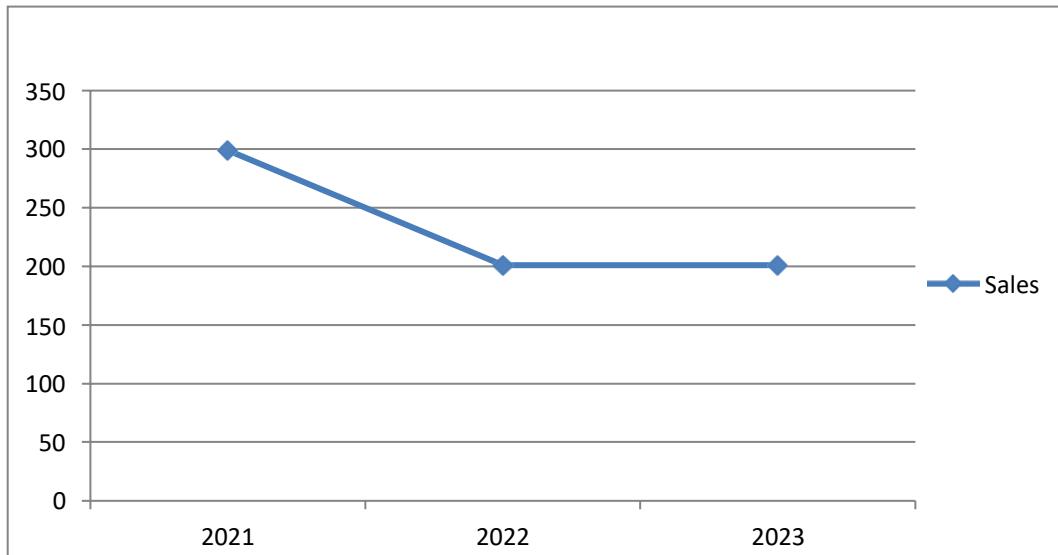
Persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis membuat organisasi harus menyusun rencana pemasaran yang efisien dan akurat untuk mempromosikan produk mereka. Sebuah bisnis memerlukan kecepatan dan ketepatan dalam bersaing di dunia komersial yang sangat dinamis dan penuh ketidakpastian dalam penelitian (Adila et al., 2019). Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami dinamika yang semakin intensif sejalan dengan pertumbuhan permintaan dari masyarakat terhadap berbagai produk dan layanan yang memenuhi beragam kebutuhan. Menghadapi persaingan yang ketat ini, pelaku usaha makanan harus terus beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus berkembang.

Tabel 1. 1 Jumlah Usaha Kuliner di Indonesia

No	Wilayah	Jumlah Usaha
1	DKI Jakarta	5.159
2	Jawa Barat	1.414
3	Jawa Timur	821
4	Banten	539
5	Riau	475
6	Jawa Tengah	366
7	Sumatera Selatan	275
8	Lampung	252
9	Sulawesi Selatan	238
10	DIY Yogyakarta	236

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia

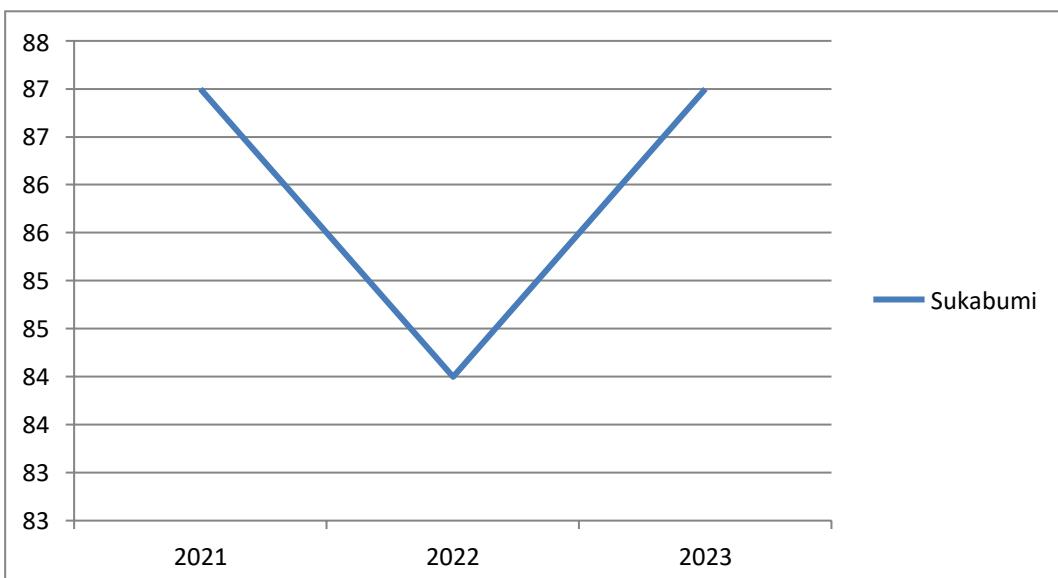
Dari uraian tersebut Jawa Barat menempati urutan ke 2 setelah DKI Jakarta, Jawa Barat termasuk wilayah yang di tempati Sukabumi baik kota atau kabupaten. Sukabumi memiliki industri kuliner dengan banyaknya pilihan tempat makan, mulai dari restoran, kafe, hingga warung. Dapat dilihat dari tabel badan pusat statistik Kota Sukabumi dan Kabupaten Sukabumi.



Gambar 1. 1 Jumlah Makanan/Restoran di kota Sukabumi

Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia

Dari tabel 1.2 bahwa Pada tahun 2021, jumlah usaha makanan tercatat sekitar 300 unit. Ini menunjukkan banyaknya usaha makanan yang beroperasi pada tahun tersebut. Pada tahun 2022, jumlah usaha makanan mengalami penurunan signifikan dari 300 unit menjadi sekitar 200 unit. Penurunan ini mungkin disebabkan oleh berbagai faktor, seperti persaingan yang ketat, perubahan dalam preferensi konsumen, atau masalah ekonomi yang mempengaruhi kelangsungan usaha makanan. Meskipun terjadi penurunan tajam pada tahun 2022, jumlah usaha makanan tetap stabil di angka 200 unit selama tahun 2023. Stabilitas ini menunjukkan bahwa meskipun ada penurunan signifikan sebelumnya, usaha makanan berhasil bertahan dan tidak mengalami penurunan lebih lanjut pada tahun 2023.



Gambar 1. 2 Jumlah Usaha Makanan/Restoran di Kabupaten Sukabumi

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi

Pada tahun 2021, jumlah usaha makanan di Sukabumi tercatat sekitar 87 unit. Ini menunjukkan kondisi yang cukup stabil dan tinggi pada awal periode pengamatan. Pada tahun 2022, jumlah usaha makanan mengalami penurunan signifikan dari sekitar 87 unit menjadi sekitar 84 unit. Penurunan ini mengindikasikan adanya tantangan atau masalah yang dihadapi oleh usaha makanan di Sukabumi, yang menyebabkan beberapa usaha tidak dapat bertahan. Pada tahun 2023, jumlah usaha makanan kembali meningkat ke sekitar 87 unit. Ini menunjukkan adanya pemulihan dalam jumlah usaha makanan, dengan jumlah yang kembali ke tingkat awal yang tercatat pada tahun 2021. Pemulihan ini mungkin menunjukkan adanya perbaikan kondisi ekonomi atau strategi bisnis yang lebih baik yang diterapkan oleh para pengusaha makanan di Sukabumi.

Kuliner tidak lagi hanya sekedar memuaskan indera pengecap dan perut, namun juga telah menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup masyarakat Sukabumi. Hal ini telah menghasilkan kuliner yang berbeda. Karena harganya yang murah, industri makanan cepat saji menjadi salah satu prospek bisnis yang paling populer di Indonesia saat ini. Menurut Radhita (2021), minat masyarakat Sukabumi terhadap konsumsi makanan cepat saji dipicu oleh padatnya jam kerja dan kesibukan sehari-hari yang mendorong kebutuhan akan kepraktisan. Oleh karena itu, saat ini orang dari berbagai usia, mulai dari anak-anak hingga dewasa, senang menikmati makanan cepat saji seperti ayam goreng, hamburger, dan pizza.

Diantara berbagai jenis makanan cepat saji, *Fried Chcicken* yang menempuh posisi khusus dihati pelanggan. Citra rasanya yang gurih dan tekstur yang renyah membuat *Fried Chcicken* menjadi pilihan para pelanggan dari berbagai kalangan. Restoran cepat saji pertama yang memperkenalkan menu ayam goreng di Indonesia adalah KFC, diikuti oleh McDonald's, CFC, Texas, dan lainnya. Para pengusaha lokal juga ikut meramaikan tren *fast food* ini dengan mendirikan usaha ayam goreng seperti D'top, Lazatto, Hisana, Sabana, dan lainnya yang berkembang pesat di Indonesia.

Berdasarkan pra-riset yang dilakukan oleh Putri et al. (2023), berikut adalah tanggapan dari konsumen mengenai kualitas produk dan citra merek dari perusahaan *franchise fried chicken local brand* yang sering diminati oleh warga Sukabumi baik Kota maupun Kabupaten.

Tabel 1. 2 Nama Franchise Fried Chicken Local Brand di Sukabumi

No	Nama	Presentase
1	D'TOP Chicken & Burger	17.1%
2	Lazzato Chicken & Burger	11.4%
3	De Chick Fried Chicken	5.7%
4	Java Fried Chicken	5.7%
5	D'Kriuk Fried Chicken	2.9%

Sumber: Putri et al. (2023)

Franchise fried chicken sudah menjadi pemandangan umum di banyak tempat. Jika diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, fried chicken sebenarnya berarti ayam goreng. Namun, di Indonesia, *fried chicken* lebih dikenal sebagai ayam goreng tepung. Ayam goreng tepung sangat digemari karena cara memasaknya yang praktis, tidak memerlukan banyak bumbu, tetapi tetap memiliki cita rasa yang kuat.

Setiap *Fried Chcicken local brand* memberikan berbagai macam promosi kepada pelanggannya. Mulai dari iklan di berbagai media, publikasi dan papan reklame. *Franchise fried chcicken local brand* menggunakan pendekatan bauran promosi yang mencakup komponen-komponen yang signifikan dalam mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan. Promosi-promosi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan pengenalan merek, tetapi juga untuk memikat calon pelanggan dengan cara-cara baru, seperti menawarkan diskon atau hadiah ketika pesanan mencapai ambang batas tertentu (Hermansyah, 2022).

Setiap *franchise fried chicken local brand* tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga dikenal dengan strategi pelayanan yang ramah dari karyawan kepada konsumen. Pendekatan ini menciptakan kesan positif bagi pelanggan dan membantu mempertahankan loyalitas mereka dalam jangka panjang. Kombinasi antara promosi yang inovatif dan pelayanan yang baik ini sangat efektif. Kualitas pelayanan atau customer service dapat dibagi menjadi dua kategori: pelayanan yang baik dan pelayanan yang kurang baik. Kualitas layanan ini bersifat dinamis dan bisa disesuaikan serta ditingkatkan. Tujuan dari perbaikan ini adalah untuk meningkatkan kualitas layanan. Dalam proses peningkatan kualitas layanan, diperlukan beberapa langkah pendukung, seperti melakukan survei atau observasi

terhadap pelanggan, yang mencakup masukan, pendapat, dan umpan balik mengenai layanan yang telah diberikan (Meithiana, 2019).

Perusahaan memiliki kemampuan untuk memenuhi serta melampaui harapan konsumen. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah faktor harga, yang merupakan jumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh berbagai kombinasi produk dan layanan yang diberikan. Menurut Mutiara et al. (2020), Harga adalah faktor kunci dalam menentukan kualitas produk, karena konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan harga. Pelanggan yang menghargai kualitas produk akan merasakan hal ini. Fokus pada harga dan kualitas produk. Pelanggan terus memprioritaskan kemudahan, daya tarik, dan persepsi superioritas dalam kualitas produk saat membuat keputusan pembelian.

Harga dan permintaan memiliki hubungan yang kompleks. Harga yang tinggi dapat menyebabkan berkurangnya permintaan, kecuali untuk produk prestise yang cenderung meningkatkan permintaan karena dianggap berkualitas tinggi. Namun, harga yang terlalu tinggi dapat membuat penurunan permintaan dibandingkan dengan produk pesaing, mengurangi korelasi antara permintaan produk dan kebahagiaan konsumen yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Maimunah, 2020).

Selain harga, cita rasa juga memiliki peran penting dalam industri makanan. Cita rasa yang unik dapat menarik minat konsumen terhadap produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini karena rasa adalah faktor utama yang membantu konsumen memilih makanan yang sesuai dengan preferensi mereka. Lidah berfungsi sebagai penilai rasa, sementara hidung berperan dalam mendekripsi rasa melalui aroma. Cita rasa melibatkan semua panca indera, termasuk penglihatan, bau, tekstur, dan suhu. Jika makanan memberikan rasa sesuai dengan preferensi konsumen, ini dapat menghasilkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan minat beli mereka (Darmawan et al., 2020).

Lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dapat meningkatkan kesadaran dan kesempatan pelanggan untuk mengunjungi restoran. Selain itu, kualitas layanan dan harga memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memberikan pengalaman positif, sementara harga yang terjangkau dapat meningkatkan peluang

pelanggan untuk membeli produk. Namun, menurut Muhyidin (2022) perlu diperhatikan bahwa lokasi dapat mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai kualitas pelayanan harga dan cita rasa. Misalnya, lokasi yang strategis dapat meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap kualitas pelayanan harga dan cita rasa. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana lokasi sebagai variabel moderasi mempengaruhi pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan franchise fried chicken di Sukabumi. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk *franchise fried chicken* di Sukabumi.

Faktor utama penting bagi eksistensi, kelangsungan, serta pertumbuhan suatu perusahaan adalah kepuasan pelanggan. Mutiara et al. (2020) menyatakan hal ini mencerminkan penilaian pasca-pembelian, di mana produk atau layanan yang disediakan setidaknya memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Kepuasan tersebut menjadi indikator utama bahwa perusahaan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan baik. Sebaliknya, ketidakpuasan muncul ketika hasil yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, yang dapat berpotensi merusak reputasi perusahaan dan mengurangi loyalitas pelanggan.

Secara umum, konteks kepuasan pelanggan mengacu pada harapan klien, yang merupakan keyakinan atau penilaian tentang apa yang akan diterimanya, yang dikomunikasikan baik secara verbal maupun nonverbal. Harapan pelanggan dibentuk oleh informasi dan pengalaman berbelanja di masa lalu. Harapan pelanggan di atas berkembang seiring berjalannya waktu seiring dengan bertambahnya pengalaman dan pengetahuan pelanggan. Harapan pelanggan yang paling utama adalah kepuasan pelanggan, yang dapat dipenuhi dengan lebih memikirkan apa yang akan dibelinya dan menggunakan kebutuhan pelanggan sebagai dasar pembelian (Mariansyah et al., 2020).

Saat ini, tantangan yang dihadapi adalah meningkatnya jumlah produsen makanan cepat saji yang menawarkan berbagai produk dengan harga bersaing. Menghadapi situasi ini, *franchise fried chicken local brand* di wilayah Sukabumi berusaha menarik dan mempertahankan pelanggan baru dengan menyadari pentingnya peran konsumen dan dampak kepuasan mereka terhadap profitabilitas.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, cita rasa, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan *franchise fried chicken local brand* di Sukabumi. Dengan memahami faktor-faktor ini, diharapkan para pengusaha *fried chicken lokal* dapat meningkatkan strategi bisnis mereka untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal, sehingga dapat bersaing dengan merek-merek internasional dan meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka di Sukabumi.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui analisis yang komprehensif terhadap keempat faktor ini, diharapkan dapat ditemukan pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, harga, cita rasa, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dengan faktor operasional, yang dapat memberikan wawasan berharga bagi pengembangan strategi bisnis dan peningkatan mutu layanan *franchise fried chicken local brand* di Sukabumi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan *franchise fried chicken local brand* di Sukabumi?
2. Apakah Variabel kuliatis harga berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan *franchise fried chicken local brand* di sukabumi?
3. Apakah variabel cita rasa berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan *franchise fried chicken local brand* di Sukabumi?
4. Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *franchise fried chicken local brand* di Sukabumi?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *franchise fried chicken local brand* di sebagian wilayah Sukabumi;
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *franchise fried chciken local brand* di sebgain wilayah Sukabumi;
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh cita rasa terhadap kepuasan pelanggan *franchise fried chicken local brand* di sebagian wilayah Sukabumi;

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan *franchise fried chicken local brand* di sebagian wilayah Sukabumi;

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan dua jenis manfaat, yaitu manfaat teoritis yang berkaitan dengan aspek keilmuan dan manfaat praktis yang dapat diterapkan secara langsung dalam praktik.

1.5.1 Manfaat Teoritis

Berkontribusi pada pengembangan pengetahuan dalam bidang pemasaran, terutama terkait dengan kualitas layanan, harga, cita rasa dan lokasi. Hal ini diharapkan dapat mempengaruhi minat beli pelanggan terhadap waralaba di masa mendatang.

1.5.2 Manfaat Praktis

Memberikan masukan dan saran bagi pelanggan waralaba di Indonesia dengan memahami dampak dari kualitas pelayanan, harga, cita rasa dan lokasi. Informasi diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi perusahaan dalam merancang strategi dan alat bantu untuk menarik perhatian dan minat beli pelanggan.





BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Dari penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Cita Rasa dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan *Franchise Fried Chicken (Local Brand)* di Sukabumi," yang melibatkan 157 responden yang pernah membeli fried chicken di salah satu *franchise fried chicken local* di Sukabumi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Artinya, peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Harga yang kompetitif dan sesuai dengan harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan mereka.
3. Variabel cita rasa (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Cita rasa yang baik dan sesuai dengan selera pelanggan menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Variabel lokasi (X4) tidak dapat berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Lokasi tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks franchise fried chicken lokal di Sukabumi.

5.2 Saran

1. Bagi pihak manajemen *franchise fried chicken* di Sukabumi, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, menetapkan harga yang kompetitif, dan mempertahankan cita rasa yang baik, karena ketiga faktor tersebut terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Meskipun lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, pihak manajemen tetap perlu mempertimbangkan faktor lokasi dalam strategi bisnisnya, karena lokasi yang strategis dapat mempengaruhi aksesibilitas pelanggan.

3. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain yang mungkin lebih relevan, seperti faktor demografi pelanggan atau kondisi persaingan di pasar.
4. Mengingat penelitian ini dilakukan pada tahun 2024, disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan secara berkala untuk mengikuti perubahan preferensi konsumen dan dinamika pasar.



DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Goklas, Efendi Sianturi, Lila Muliani, Heni Pridia, And Rukmini Sari. (2021). “Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia.” *3(1):35–49.*
- Amalia, Nur. (2019). “Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan).” *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* *6(2):96–104.* Doi: 10.21107/Jsmb.V6i2.6688.
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, And Kamaluddin Abunawas. (2023). “Populasi Dalam Penelitian Merupakan Suatu Hal Yang Sangt Penting, Karena Ia Merupakan Sumber Informasi.” *Jurnal Pilar* *14(1):15–31.*
- Anggraini, Fifin, And Anindhyta Budiarti. (2020). “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)* *8(3):86–94.* Doi: 10.26740/Jupe.V8n3.P86-94.
- Aryandi, Julian, And Onsardi. (2020). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu.” *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)* *1:117–27.*
- Ashari, M. Fikri, Zulkifli Musannip, Efendi Siregar, And Abd Halim. (2023). “The Influence Of Service Quality , Taste , And Perceived Price On Customer Loyalty By Mediating Customer Satisfaction.” *Quantitative Economics And Management Studies (Qems)* *4(3).*
- Ayu, Sadriana, And Mohammad Shafie Bin Rosli. (2020). “Uji Reliabilitas Instrumen Penggunaan Spada (Sistem Pembelajaran Dalam Jaringan).” *Biormatika* *6(1):145–55.*
- Azizah. (2021). “Model Terbaik Uji Multikolinearitas Untuk Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Padi Di Kabupaten Blora Tahun 2020.” *Prosiding Seminar Nasional Unimus* *4:61–69.*
- Bisri, Mashur Hasan, And Bramantyo Tri Asmoro. (2019). “Bramantyo Tri,2019etika Pelayanan Publik Di Indonesia,1,59.” *Journal Of Governance Innovation* *1(1):59–76.*
- Chayatul Jannah, And Lutfi Alhazami. (2022). “Pengaruh Kualitas Pelayanan,

- Persepsi Harga, Cita Rasa Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Cv. Sumber Garuda Mas.” *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi* 1(2):029–045. Doi: 10.55606/Jurrie.V1i2.361.
- Damanik, Bahrudi Efendi. (2019). “Pengaruh Fasilitas Dan Lingkungan Belajar Terhadap Motivasi Belajar.” *Jurnal Publikasi Pendidikan*.
- Darmawan, K. .., N. .. Yulianthini, And A. A. N. Y. Mahardika. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 2.
- Faiz, Muhammad Alvin, Agustiah Wulandari, Vetti Puryanti, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura, Fakultas Teknik, And Universitas Tanjungpura. (2021). “Konsep Lokasi Minimarket Di Kecamatan Pontianak Tenggara.” 1–6.
- Farhanuddin, Aditya Ferlan, Astri Ayulia, Putri Setia, Diella Jauza, Kode Etik, And Pelayanan Publik. (2022). “Penerapan Etika Pelayanan Publik Dalam Mewujudkan Good Governance.” 19(1):64–74.
- Ghozali, Imam. (2008). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (Pls)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016.) “Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23.”
- Hair, Joseph F., G. Tomas M, Christian M. Ringle, And Marko Sarstedt. (2017). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modelinh*.
- Hakim, Lukmanul, And Rinjani Saragih. (2019). “Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud.Barelang Tani Jaya Batam.” *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)* 6(2):37–53. Doi: 10.36987/Ecobi.V6i2.4.
- Handrijaningsih, 1 Lies, 2septi Mariani Tis'a Ramadhani, 3 Angga Putri Ekanova, And 4 Anisah. (2019).. “Ug Jurnal Vol.17 Edisi 04 April 2023.” 13–24.
- Handrijaningsih, 1 Lies, 2septi Mariani Tis'a Ramadhani, 3 Angga Putri Ekanova, And 4 Anisah. (2023). “Determinan Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Persepsi Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Kfc.” 13–24.
- Hermansyah, Tedi. (2022). “Pengaruh Moderasi Citra Merek Terhadap Hubungan Antara.” 1(1):39–46.

- Ibrahim, Malik, And Sitti Marijam Thawil. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat* 4(1):175–82. Doi: 10.36226/Jrmb.V4i1.251.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomopress. 978-6623-91788-2-6.
- Janna, Nilda Miftahul, And Herianto. (2021). "Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss." *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (Ddi)* (18210047):1–12.
- Khasbii, Rios Hidayatulloh. (2022). "Pengaruh Servicescape, Kualitas Pelayanan, Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pakde Cofee Lumajang."
- Maimunah, Siti. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen." *Iqtishadequity Jurnal Manajemen* 1(2):57–68. Doi: 10.51804/Iej.V1i2.542.
- Muhamad Aziz, Haikum Amir, Kadori Haidar, Vitria Puri Rahayu, And Vitria Puri Rahayu. (2022). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Generasi Knalpot." *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi* 4(1):11–23. Doi: 10.30872/Prospek.V4i1.1321.
- Muhyidin, Mohammad. (2022). "Analisis Penentuan Lokasi Usaha Franchise Makanan Cepat Saji Sonic Chicken." *Aswaja* 3(1):23–31.
- Mukharomah, Mifnatul, Mei Santi, Sekolah Tinggi, Agama Islam, And Muhammadiyah Tulungagung. (2021). "Etika Pelayanan Usaha Food Court Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Queen Resto Kelurahan Bago Tulungagung)." *Jurnal Ekonomi Syariah* 08(01):41–66.
- Mutiara, Sri, Rahmad Soling Hamid, And Ahmad Suardi. (2020). "Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 4(1):411–27. Doi: 10.36778/Jesya.V4i1.300.
- Ningsih, Setia, And Hendra H. Dukalang. (2019). "Penerapan Metode Suksesif Interval Pada Analisis Regresi Linier Berganda." *Jambura Journal Of Mathematics* 1(1):43–53. Doi: 10.34312/Jjom.V1i1.1742.
- Nofindri Lutfhiana, Maharesta, Agus Sutarjo, And Rizka Hadya. (2021). "Jm, Vol.

- , 3 No. 1 , Maret 2021, Hal: 59-72 ISSN-P : 2355-0376 ISSN-E : 2656-8322 Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Mini Market Wirda Kota Padang.” *Matua Jurnal (Pengembangan Ilmu Manajemen Dan Bisnis)* 3(1):59–72.
- Nurfauzi, Yogi, Habel Taime, Hafidz Hanafiah, Muhammad Yusuf, And Muhammad Asir. (2023). “Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian , Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif.” 4(January):183–88.
- Nurramaadhanti, Destyana Hutami, And Yosephien Angelina Yulia. (2021). “Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kedai Sha’ring Karanganyar.” *Excellent* 8(2):161–67. Doi: 10.36587/Exc.V8i2.1094.
- Ono, Sugi. (2020). “Uji Validitas Dan Reliabilitas Alat Ukur Sg Posture Evaluation.” *Jurnal Keterapan Fisik* 5(1):55–61. Doi: 10.37341/Jkf.V5i1.167.
- Pasaribu, Ruth F. A., Ira Lestari Sianipar, Yona F. Siagian, And Vier Sartika. (2019). “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Soyjoy Pt. Amerta Indah Otsuka Kota Medan.” *Jurnal Manajemen* 5(1):45–52.
- Pebriantika, Dea Tasa, Uju Pitriyani, And Sulaeman Eman. (2022). “Pengaruh Harga , Cita Rasa , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap.” 7(3):255–62. Doi: 10.37531/Mirai.V7i3.4589.
- Pebriantika, Dea Tasa, Uju Pitriyani, And Eman Sulaeman. (2022). “Pengaruh Harga Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Karawang.” *Jurnal Mirai Management* 7(3):255–62. Doi: 10.37531/Mirai.V7i3.4589.
- Permana, Rifqi Arief, And Diana Ikkasari. (2023). “Uji Normalitas Data Menggunakan Metode Empirical Distribution Function Dengan Memanfaatkan Matlab Dan Minitab 19.” *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)* 7(1):7–12. Doi: 10.30998/Semnasristek.V7i1.6238.

- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, And Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. (2019). "Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online." *Jurnal Sains Dan Informatika* 5(2):128–37. Doi: 10.34128/Jsi.V5i2.185.
- Pratiwi, Vidia, Bayu Eko Broto, Raja Saul, And Marto Hendry. (2024). "The Influence Of Service Quality , Location , Price And Taste On Consumer Satisfaction At The 99 Meatball Stall In Sidorukun." *Mantik Journal* 8(1).
- Purba, Djuli Sjafei, Wico Jontarudi Tarigan, Mahaitin Sinaga, And Vitryani Tarigan. (2021). "Pelatihan Penggunaan Software Spss Dalam Pengolahan Regressi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal Karya Abadi* 5:5–24.
- Puspitaningrum, Yuni, And Aji Damanuri. (2022). "Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun." *Niqosiya: Journal Of Economics And Business Research* 2(2):289–304. Doi: 10.21154/Niqosiya.V2i2.977.
- Putra, Rio. (2021). "Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)." *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 2(4):516–24. Doi: 10.31933/Jemsi.V2i4.461.
- Putri, Noviani, And Devilia Sari. (2023). "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lazzato Di Sukabumi 2021." *Proceeding Of Management* 10(1):238.
- Rahmawati, Yuli, Christine C. Widayati, And Didin Hikmah Perkasa. (2023). "Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Resto Street Sushi Cabang Meruya Jakarta Barat)." *Jurnal Humaniora, Ekonomi Syariah Dan Muamalah* 1(3):117–27.
- Riady, A., B. Akib, And H. Fitriani. (2023). "Pengaruh Halal Lifestyle Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Costumer Value Survey Di Al-Badar Hotel Syariah Makassar." ... : *Jurnal Ekonomi Syariah* 7(1):71–86.
- Rinaldi, Muhamad, Nanang Prayudyanto Muhammad, And Syaiful. (2021). "Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear

- Berganda.” *Seminar Nasional Ketekniksipilan* 1(1):2021.
- Risdiana Chandra Dhewy. (2022). “Pelatihan Analisis Data Kuantitatif Untuk Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa.” *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(3):4575–78. Doi: 10.53625/Jabdi.V2i3.3224.
- Roma, Veronika, Uli Br, Nenny Simbolon, And Fuji Astuty. (2022). “Structure On Registered Consumer Goods Companies On The Indonesia Stock Exchange In 2016-2020 Period Pengaruh Risiko Bisnis , Profitabilitas , Pertumbuhan Perusahaan Dan Sales Growth Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2016-2020.” 3(June):911–26.
- Rosmaini, Rosmaini, And Hasrudy Tanjung. (2019). “Pengaruh Kompetensi, Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai.” *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 2(1):1–15. Doi: 10.30596/Maneggio.V2i1.3366.
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). “Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran).” *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 3(1):104–14. Doi: 10.31933/Jimt.V3i1.707.
- Sari, Desi Permata. (2021). “Pembelian , Kualitas Produk , Harga Kompetitif , Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran).” 2(4):524–33.
- Sarstedt, Marko, Christian M. Ringle, And Joseph F. Hair. 2020. *Handbook Of Market Research*.
- Simamora, Henry. (2007). *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid Ii Edisi 2*. 2nd Ed. Pt. Rineka Cipta.
- Sinaga Setiawaty, Trifena, And Rahmat Hidayat. (2020). “Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Kereta Api Indonesia.” *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 8(1):15–22. Doi: 10.46975/Aliansi.V13i2.24.
- Sirojudin, Desti Nurwidiawati, Asrti Mailani, Rizki S Alyan, Agus Irawan, M. Nurohman Yusuf, And Sandi Aditya. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kantor Pos Sindanglaya Cipanas.” *E-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 01(01):1–16.
- Sugiarsih Duki Saputri, Rini. (2019). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang.” *Coverage: Journal Of*

- Strategic Communication* 10(1):46–53. Doi: 10.35814/Coverage.V10i1.1232.
- Suherman Winscott, Andrew, And Charly Hongdiyanto. (2020). “Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo.” *Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 5.
- Supratikno, Eva Maula. (2023). “Pengaruh Kemasan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Getuk Pisang Raja Nangka Shr Kediri.” 01(10):70–80.
- Surya, Muhammad. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe Mawar Desa Cinta Makmur Kecamatan Panai Hulu Kabupaten Labuhanbatu.” 1(2):311–26.
- Syahidin, Syahidin, And Adnan Adnan. (2022). “Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon.” *Gajah Putih Journal Of Economics Review* 4(1):20–32. Doi: 10.55542/Gpjer.V4i1.209.
- Tamaya, Desy, And Joko Mulyono. (2023). “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Harga, Dan Pemasaran Terhadap Minat Pelanggan Di Hasan Bakery Cikarang.” 8(2):437–54.
- Tjiptono, Fandy. (2001). “Strategi Pemasaran Edisi Pertama.” *Yogyakarta: Andi Offset.*
- Yanti Apriza, Cici, And Ilham Akri Julian. (2022). “Perbedaan Uji Korelasi Pearson, Spearman Dan Kendall Tau Dalam Menganalisis Kejadian Diare.” *Jurnal Endurance* 6(1):51–58. Doi: 10.22216/Jen.V6i1.137.
- Yusuf, M., And Emalia Ariska. (2024). “The Influence Of Taste , Price , Store Atmosphere , And Service Quality On Consumer Satisfaction At Warkop Gb 2.” 465–72.
- Yusuf, Zulfan. (2021). “Pengaruh Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Dosen Dalam Meningkatkan Visi Dan Misi Fakultas Ekonomi Universitas Serambi Mekkah.” 7(2):60–73.
- Zulkarnain, And Dahliaa Ningrum Anngyastuti. (2020). “Determinan Kualitas Laporan Keuangan Pemerintah Daerah Kota Sukabumi.” *Jurnal Ilmiah Indonesia* 5.