

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN NILAI
YANG DIPERSEPSIKAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA
DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PERILAKU
(Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Pamularsih Semarang)**

NANDYA PUTRI PARAMITA
B11.2009.01840

ABSTRAK :

Gaya hidup masyarakat modern yang serba praktis dan semakin pesatnya pertumbuhan jasa makanan memicu tumbuhnya industri restoran. Semakin banyaknya restoran di kota Semarang, maka akan menimbulkan persaingan diantara restoran-restoran tersebut dalam hal kompetisi mutu serta kualitas dari produk yang dihasilkan. Agar pelanggan merasa puas dan tidak berpindah ke tempat lain, maka perusahaan harus mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan pelanggannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan, kualitas produk, dan nilai yang dipersepsikan terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang serta pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap niat perilaku.

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel eksogen yaitu variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan variabel nilai yang dipersepsikan serta terdapat 2 variabel endogen yaitu variabel kepuasan pelanggan dan niat perilaku. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 110 pelanggan Rocket Chicken cabang Pamularsih yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dioperasikan dengan program AMOS 20.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel kualitas produk dengan tingkat signifikansi sebesar 0,034. Variabel kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat perilaku dengan tingkat signifikansi probabilitas sebesar 0,000. Sementara variabel kualitas pelayanan dan variabel nilai yang dipersepsikan menunjukkan hasil yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai probabilitasnya lebih dari standar yang ditetapkan ($P = \leq 0,05$).

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai yang Dipersepsikan, Kepuasan Pelanggan, dan Niat Perilaku.

PENDAHULUAN

Dari waktu ke waktu bisnis di bidang makanan mempunyai kecenderungan terus meningkat baik dari segi kuantitas maupun kualitasnya. Faktanya didasarkan pada kenyataan bahwa makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Hal ini sesuai dengan teori Maslow yang mendefinisikan bahwa sandang, pangan, dan papan merupakan kebutuhan dasar manusia atau ditingkatkan kebutuhan paling dasar.

Permintaan pangan yang terus meningkat berimbas terhadap peningkatan penawaran makanan (Rachmawati, 2011).

Budaya makan masyarakat Indonesia yang tinggal di perkotaan sudah mengalami pergeseran. Gaya hidup masyarakat modern yang serba praktis dan semakin pesatnya pertumbuhan jasa makanan memicu tumbuhnya industri restoran. Industri restoran merupakan industri yang akan selalu berkembang. Hal ini disebabkan karena mobilitas masyarakat yang semakin tinggi sehingga banyak kegiatan/aktivitas yang dilakukan di luar rumah yang pada akhirnya memperbesar kemungkinan untuk makan di luar (Widodo, 2012).

Persaingan bisnis yang semakin ketat sekarang ini yang melibatkan industri di bidang makanan di Indonesia dipicu oleh perubahan pola makan masyarakat kota yang gemar makan di luar, dan jumlah penduduk Indonesia yang besar merupakan daya tarik yang mendorong berbagai kalangan pengusaha untuk melakukan investasi bisnis ke bidang restoran (Istianto dan Tyra, 2011). Dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk mengakibatkan kebutuhan makanan juga semakin meningkat. Meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia khususnya di kota Semarang akan memberikan peluang bagi bisnis restoran di masa yang akan datang.

Salah satu jenis industri restoran di Kota Semarang yang sedang berkembang saat ini diantaranya adalah restoran cepat saji (*fast food restaurant*). Saat ini semakin banyak dijumpai outlet-outlet restoran cepat saji baik lokal maupun restoran asing. Salah satu restoran lokal cepat saji yang sedang berkembang di Indonesia adalah restoran yang menyajikan menu utamanya yaitu *fried chicken*. Besarnya minat masyarakat tanah air membuat usaha *fried chicken* hadir mulai dari gerobak kaki lima hingga yang berbentuk restoran, salah satu contohnya adalah Rocket Chicken.

Rocket Chicken merupakan perusahaan waralaba atau *franchise* yang bergerak di bidang *fast food restaurant*. Salah satu outlet Rocket Chicken yang masih bertahan hingga saat ini di kota Semarang adalah Rocket Chicken cabang Pamularsih. Lokasi Rocket Chicken cabang Pamularsih yang berada di Jalan Simongan No. 46 ini dapat dikatakan cukup strategis karena terletak dekat dengan tempat wisata Klenteng “Sam Poo Kong”.

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang?
3. Bagaimana pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat perilaku di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang?

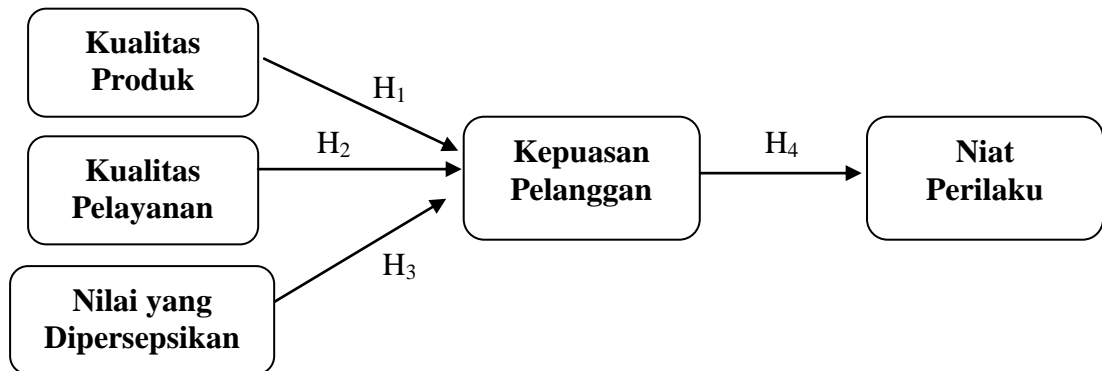
TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang.

3. Untuk menganalisis pengaruh nilai yang dipersepsikan terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang.
4. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat perilaku di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang.

KERANGKA KONSEPTUAL

Hubungan dari kualitas layanan, kualitas produk, dan nilai yang dipersepsikan oleh pelanggan (*perceived value*) terhadap kepuasan pelanggan yang kemudian akan mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intentions*) pelanggan selanjutnya dapat digambarkan sebagai berikut :



HIPOTESIS

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, dapat dijelaskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : Kualitas pelayanan secara langsung dan positif mempengaruhi kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang.
- H₂ : Kualitas produk secara langsung dan positif mempengaruhi kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang.
- H₃ : Nilai yang dipersepsikan secara langsung dan positif mempengaruhi kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang.
- H₄ : Kepuasan pelanggan secara langsung dan positif mempengaruhi niat perilaku di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang.

METODE PENELITIAN

Adapun variabel penelitian beserta definisi operasionalnya dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan/ekspektasi pelanggan atas pelayanan yang mereka terima/peroleh (Parasuraman *et.al* dalam Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:181). Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan menurut Qin dan Prybutok (2009) serta Griselda dan Panjaitan (2007) adalah sebagai berikut :

- Kebersihan ruangan
- Ketepatan pelayanan
- Kesiediaan karyawan untuk membantu konsumen
- Pengetahuan karyawan

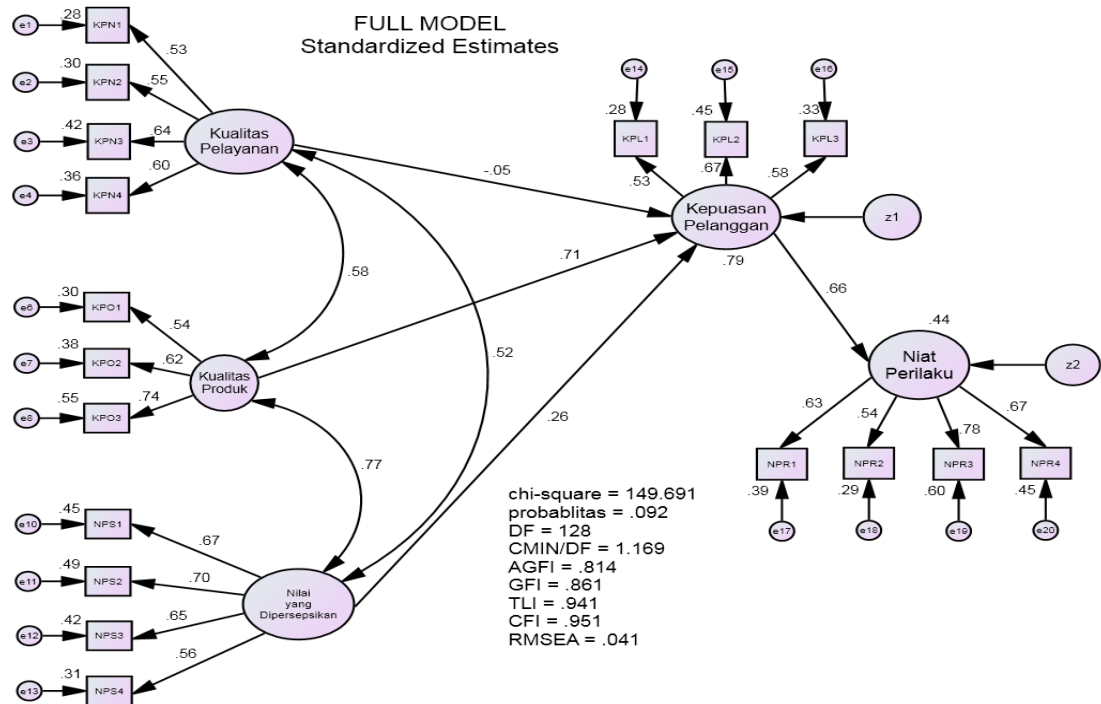
- Perhatian terhadap keluhan
2. Kualitas produk (*product quality*)
 Kualitas produk merupakan karakteristik sebuah produk/jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan (Kotler dan Amstrong dalam Rizan dan Andika, 2011). Indikator kualitas produk yang digunakan oleh Johns & Howard dan Kivela *et al* dalam Qin dan Prybutok (2009) adalah sebagai berikut :
 - Makanan yang disajikan segar (*fresh*)
 - Penyajiannya menarik
 - Makanan dimasak dengan baik
 - Makanan dan minuman yang beragam/bervariasi.
 3. Nilai yang dipersepsikan (*perceived value*)
 Menurut Zeithaml dalam Ernawati dan Sriwidodo (2012) *perceived value* didefinisikan sebagai penilaian menyeluruh konsumen atas manfaat dari suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi atas apa yang telah diberikan dan atas apa yang telah didapat. Indikator *perceived value* yang digunakan oleh Samuel dan Wijaya (2009) adalah sebagai berikut :
 - Kualitas layanan dibanding biaya yang dikeluarkan telah melebihi harapan.
 - Waktu pelayanan dibanding biaya yang dikeluarkan telah melebihi harapan
 - Harga yang dibayar lebih rendah dibanding restoran pesaing.
 - Citra (*image*) restoran lebih baik dibanding restoran pesaing.
 4. Kepuasan pelanggan
 Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dalam Tjiptono, 2007:24). Indikator yang digunakan oleh Olorunniwo *et al* dalam Qin dan Prybutok (2009) untuk menentukan kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :
 - Puas terhadap menu yang disajikan
 - Pengalaman yang menyenangkan
 - Pilihan yang tepat
 5. Niat Perilaku (*behavioral intentions*)
 Menurut Japarianto (2006) *behavioral intentions* merupakan suatu indikasi dari bagaimana orang bersedia untuk mencoba dan seberapa banyak usaha yang mereka rencanakan untuk dikerahkan dalam upaya untuk menunjukkan perilaku. Indikator niat perilaku yang digunakan oleh Ferdinand dalam Saidani dan Arifin (2012) adalah sebagai berikut :
 - Tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai produk
 - Mempertimbangkan untuk membeli suatu produk
 - Tertarik untuk mencoba produk
 - Ingin membeli produk

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Semarang yang pernah mengunjungi Rocket Chicken cabang Pamularsih, sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah 110 responden atau masyarakat di kota Semarang yang sedang atau pernah makan di Rocket Chicken cabang Pamularsih. Metode pengambilan

sampel menggunakan *nonprobability sampling* dan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini kemudian dianalisis dengan menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) yang dioperasikan dengan program AMOS 20.0.

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data untuk analisis *full model* SEM ditampilkan pada gambar berikut ini :



Tabel 1.1
Hasil Pengujian Kelayakan Persamaan Struktural *Full Model*

Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi Square	< 155,404	149,691	Baik
Probability	$\geq 0,05$	0,092	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,041	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,861	Marjinal
AGFI	$\geq 0,90$	0,814	Marjinal
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,169	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,941	Marjinal
CFI	$\geq 0,95$	0,951	Baik

Sumber : Hasil output yang diolah, 2014

Tabel 1.2
Pengujian Hipotesis

		Estimate	S.E.	C.R.	P
Kepuasan_Pelanggan	<--- Kualitas_Pelayanan	-.081	.270	-.299	.765
Kepuasan_Pelanggan	<--- Kualitas_Produk	.595	.280	2.121	.034
Kepuasan_Pelanggan	<--- Nilai_yang_Dipersepsikan	.249	.257	.967	.334
Niat_Perilaku	<--- Kepuasan_Pelanggan	.638	.170	3.748	***

Sumber : Hasil output yang diolah, 2014

Dalam tabel di atas dikatakan signifikan jika nilai C.R (*critical ratio*) > 1,96 dan nilai probabilitas < 0,05. Dari hasil output koefisien parameter pada tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa dilihat pada nilai P (*probability*) dan nilai C.R terdapat 2 hipotesis yang diterima, dan 2 hipotesis yang ditolak karena nilai *probability* yang lebih besar dari 0,05 dan nilai C.R dibawah 1,96.

Pembahasan :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai *probability* sebesar 0,765 yang lebih besar dari syarat yang ditetapkan ($P \leq 0,05$) dan nilai C.R (*critical ratio*) sebesar -0,299. Kedua nilai tersebut menunjukkan hasil yang tidak memenuhi syarat karena nilai C.R dibawah 1,96 dan nilai probabilitas lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini hipotesis yang diajukan ditolak/tidak terbukti. Dari pembahasan diatas ditolaknya hipotesis ini dapat disebabkan karena pelanggan menilai pelayanan di Rocket Chicken cabang Pamularsih sudah sesuai dengan standar pelayanan yang diharapkan konsumen, namun kualitas pelayanan tidak menjadi faktor penting yang dipertimbangkan pelanggan dalam menilai suatu kepuasan. Hal ini dapat terjadi karena konsumen lebih menilai suatu usaha restoran berdasarkan kualitas makanan yang ada pada restoran tersebut, bukan dari pelayanan yang diberikan oleh pihak restoran. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hong Qin dan Victor R. Prybutok (2009) dan penelitian yang dilakukan oleh Nadia Rizqiyatul Faizah, Sri Suryoko dan Saryadi (2013) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai *probability* sebesar 0,034 yang lebih kecil dari syarat yang ditetapkan yaitu 0,05. Pada hipotesis ini hasil pengolahan data juga diketahui nilai C.R (*critical ratio*) sebesar 2,121 yang berarti bahwa nilai C.R berada diatas 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini hipotesis yang diajukan diterima. Dari pembahasan diatas diterimanya hipotesis ini yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di restoran Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang dapat disebabkan karena sebagian besar konsumen memilih restoran berdasarkan jenis makanan/produk yang ditawarkan oleh restoran atau dengan kata lain kualitas makanan merupakan faktor penting bagi konsumen dalam pemilihan restoran. Pelanggan akan merasa puas apabila

cita rasa (*taste*) produk dari restoran sudah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan. Pelanggan yang merasa puas akan produk dari perusahaan nantinya akan memberikan referensi yang baik terhadap perusahaan seperti berkata positif tentang produk, setia kepada produk perusahaan, meningkatkan volume pembelian di lain waktu, dan bersedia membayar dengan harga lebih tinggi walaupun terjadi kenaikan harga. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk yang diberikan/ditawarkan oleh restoran Rocket Chicken, maka akan semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di restoran tersebut.

3. Variabel nilai yang dipersepsikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai *probability* sebesar 0,231 yang lebih besar dari syarat yang ditetapkan ($P \leq 0,05$) dan nilai C.R (*critical ratio*) sebesar 1,197. Kedua nilai tersebut menunjukkan hasil yang tidak memenuhi syarat karena nilai CR dibawah 1,96 dan nilai probabilitas lebih dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini hipotesis yang diajukan ditolak. Dari pembahasan diatas ditolaknya hipotesis ini dapat disebabkan karena konsumen terbanyak di restoran Rocket Chicken cabang Pamularsih adalah konsumen yang berusia 16 sampai 25 tahun yang pada rentang usia tersebut belum memikirkan citra (*image*) dari sebuah restoran dan *prestige* (gengsi/wibawa) mereka ketika mengunjungi restoran tersebut, karena konsumen cenderung mengunjungi Rocket Chicken hanya untuk memenuhi kebutuhan primer (pangan) mereka. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Hong Qin dan Victor R. Prybutok (2009) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel nilai yang dipersepsikan (*perceived value*) terhadap kepuasan pelanggan.
4. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat perilaku. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai *probability* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari syarat yang ditetapkan ($P \leq 0,05$). Pada hipotesis ini hasil pengolahan data juga diketahui nilai C.R (*critical ratio*) sebesar 3,748 yang berarti bahwa nilai C.R berada diatas 1,96 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini hipotesis yang diajukan diterima. Dari pembahasan diatas diterimanya hipotesis ini yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intentions*) di restoran Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang dapat disebabkan karena konsumen memberikan persepsi yang baik mengenai variabel kepuasan. Hal ini ditunjukkan dengan pelanggan merasa puas terhadap menu yang disajikan, pelanggan merasa bahwa mengunjungi restoran Rocket Chicken merupakan pengalaman yang menyenangkan, dan suatu pilihan yang tepat ketika konsumen mengunjungi restoran Rocket Chicken. Konsumen yang puas dengan restoran Rocket Chicken akan memberikan referensi yang baik terhadap restoran tersebut dan akan berusaha memperkuat niat berperilaku yang positif untuk terus membeli dan mengunjungi restoran Rocket Chicken di masa yang akan datang.

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan :

1. Variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang. Baik buruknya kualitas pelayanan di restoran Rocket Chicken cabang Pamularsih tidak akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap restoran tersebut.
2. Variabel kualitas produk menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang. Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan oleh Rocket Chicken cabang Pamularsih, maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di restoran tersebut.
3. Variabel nilai yang dipersepsikan (*perceived value*) menunjukkan pengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang. Baik buruknya persepsi konsumen tentang restoran Rocket Chicken cabang Pamularsih tidak akan meningkatkan kepuasan pelanggan di restoran tersebut.
4. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku di Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan di restoran Rocket Chicken cabang Pamularsih, maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap niat perilaku (*behavioral intentions*) pelanggan untuk terus menggunakan jasa dari restoran tersebut.

Saran :

1. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu penting bagi pengelola Rocket Chicken untuk lebih meningkatkan kualitas produknya dengan melakukan pengawasan (*controlling*) yang ketat pada bagian produksi, mulai dari pengawasan bahan baku sampai penyajian. Produk dari restoran Rocket Chicken cabang Pamularsih Semarang akan semakin baik jika pihak pengelola restoran dapat menjaga aroma dan cita rasa (*taste*) masakan secara konsisten. Disarankan bagi pengelola Rocket Chicken untuk menambah variasi produk yang lebih inovatif, misalnya dengan melakukan variasi-variasi baru pada menu masakan yang '*sehat*' seperti salad dan variasi makanan berbahan baku ayam lainnya seperti rica-rica ayam (masakan pedas).
2. Kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap niat perilaku. Hal ini perlu dipertahankan oleh pihak Rocket Chicken agar pelanggan tidak beralih ke restoran lain. Untuk meningkatkan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan, restoran disarankan untuk menambah fasilitas umum bagi pelanggan seperti tempat bermain anak, area hotspot (*wi-fi*), dan ruang sholat. Selain itu bisa juga dengan memberikan *gift* atau hadiah pada jumlah pembelian tertentu seperti gelas (*mug*), piring/mangkok, kalender, pulpen, payung dll agar pelanggan lebih puas terhadap restoran Rocket Chicken.
3. Restoran Rocket Chicken cabang Pamularsih juga harus memperhatikan kepuasan para pelanggannya secara terus-menerus. Pihak restoran Rocket Chicken disarankan untuk melakukan *survey* kepuasan pelanggan melalui kotak saran, kartu komentar, maupun saluran telepon khusus bebas pulsa. *Survey*

tersebut diharapkan dapat memberikan masukan bagi manajemen Rocket Chicken dalam meningkatkan mutu pelayanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan yang lebih baik di masa yang akan datang. Pihak restoran juga harus dapat menangani setiap keluhan konsumen dengan baik. Penanganan yang baik akan memberikan kesan positif terhadap restoran yang berpeluang pada penyebaran informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang positif mengenai restoran Rocket Chicken.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. 2010. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan". *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17 No. 2, pp 114-126.
- Badan Pusat Statistik. 2012. Profil Kependudukan Kota Semarang. Semarang: Bappeda dan Badan Pusat Statistik.
- Ernawati dan Untung Sriwidodo. 2012. "Faktor yang Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dan *Behavioral Intention* dengan *Perceived Value* Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 12 No.1, pp 47-57.
- Faizah, Nadia Rizqiyatul dkk. 2013. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran O-Mamamia Steak and Ice Cream Cabang Jati Semarang". *Diponegoro Journal Of Sosial and Politic*. <http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/>.
- Ferdinand, Augusty. 2005. *Structural Equation Modeling* Dalam Penelitian Manajemen. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdaus, Muhammad dan Noor Annisya. 2006. "Nilai dan Loyalitas Pelanggan Restoran Macaroni Panggang Bogor: Aplikasi Permodelan Persamaan Struktural (SEM)". *Jurnal Manajemen dan Agribisnis*, Vol. 3 No. 2, pp 81-87.
- Ghozali, Imam. 2011. *Model Persamaan Struktural Konsep & Aplikasi dengan Program AMOS 19.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Griselda, Gretel dan Tagor Muda Panjaitan. 2007. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua". *DeReMa Jurnal Manajemen*, Vol. 2 No. 1, pp 39-62.
- Guritno, Suryo dkk. 2011. *Theory and Application Of IT Research*. Yogyakarta: Andi.

- Hadioetomo. 2009. "Analisis Kualitas Layanan yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap *Behavioral Intentions*". *Karisma*, Vol. 3 No. 2, pp 113-122.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Irawan, Deny dan Edwin Japarianto. 2013. "Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 No. 2, pp 1-8.
- Iskandar, Andreas dan Innocentius Bernarto. 2007. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Restoran Platinum Lippo Karawaci terhadap Loyalitas Pelanggan: Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening". *DeReMa Jurnal Manajemen*, Vol. 2 No. 2, pp 143-161.
- Istianto, John Hendra dan Maria Josephine Tyra. 2011. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto". *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, Vol. 1 No. 3, pp 275-293.
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Japarianto, Edwin. 2006. "Budaya dan *Behavior Intention* Mahasiswa dalam Menilai *Service Quality* Universitas Kristen Petra". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 No. 1, pp 44-52.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____ dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- _____ dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mandasari, Vina dan Bayu Adhi Tama. 2011. "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining: Studi Kasus XYZ". *Jurnal Generic*, Vol. 6 No. 1, pp 25-28.
- Musanto, Trisno. 2004. "Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6 No. 2, pp 123-136.

- Nurhayati, Popong dkk. 2007. "Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Mutu Pelayanan Rumah Makan Pemancingan Lumintu 1001". *Buletin Ekonomi Perikanan*, Vol. VII No. 2, pp 1-14.
- Palilati, Alida. 2007. "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9 No. 1, pp 73-81.
- Payne, Adrian. 2000. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Purwanto, Erwan Agus dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gava Media.
- Qin, Hong dan Victor R. Prybutok. 2009. "Service Quality, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions in Fast Food Restaurants". *International Journal of Quality and Service Sciences*, Vol. 1 No. 1, pp 78-95.
- Rachmawati, Rina. 2011. "Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Peningkatan Penjualan (Sebuah Kajian terhadap Bisnis Restoran)". *Jurnal Kompetensi Teknik*, Vol. 2 No. 2, pp 143-150.
- Rizan, Mohamad dan Fajar Andika. 2011. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati Jakarta Selatan)". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 2 No. 1, pp 130-150.
- Saha, Gour C dan Theingi. 2009. "Service Quality, Satisfaction, and Behavioural Intentions A Study of Low-Cost Airline Carriers in Thailand". *Managing Service Quality*, Vol. 19 No. 3, pp 350-372.
- Saidani, Basrah dan Samsul Arifin. 2012. "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 3 No. 1, pp 1-22.
- Semuel, Hatane dan Nadya Wijaya. 2009. "Service Quality, Perceive Value, Satisfaction, Trust, dan Loyalty pada PT. Kereta Api Indonesia Menurut Penilaian Pelanggan Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 4 No. 1, pp 23-37.
- Setiawan, Mulyo Budi dan Ukudi. 2007. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BPR Bank Pasar Kendal)". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 14 No. 2, pp 215-227.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi dan Purwanto. 2009. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sutanto, Jeanne Ananti. 2008. "Pengaruh *Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Apartemen di Kota Surabaya". *Majalah Ekonomi*, Vol. XVIII No. 3, pp 286-301.
- Sutino dan Sumarno. 2005. "Pengaruh Kualitas Produk (Jasa) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT. Pos Indonesia Semarang 50000". *Majalah Ilmiah Kopertis Wilayah VI*, Vol. XV No. 23, pp 9-20.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- _____ dan Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tuhumena, Ruben dkk. 2011. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan, dan Loyalitas terhadap Niat Berperilaku Pasien Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Jayapura". *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 9 No. 3, pp 789-808.
- Waluyo, Minto. 2011. *Panduan dan Aplikasi Structural Equation Modelling (Untuk Aplikasi Model dalam Penelitian Teknik Industri, Psikologi, Sosial dan Manajemen)*. Jakarta: PT Indeks Permata Puri Media.
- Widodo, Purwanto. 2012. "Hubungan Antara *Service Quality* dengan Kepuasan Konsumen di Restoran X". *Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, Vol. 3 No. 2, pp 56-70.
- www.rocketchickenindonesia.com (Diakses tanggal 11 Juli 2013)
- Zeng, Liang dkk. 2011. "*Patterns of Pain and Functional Improvement in Patients with Bone Metastases after Conventional External Beam Radiotherapy and a Telephone Validation Study*". *Pain Research and Treatment*, pp 1-9.