

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN UNTUK MENINGKATKAN EFEKTIFITAS LAYANAN PADA RESTO PAWONDJOWO MELALUI PENDEKATAN SERVQUAL (SERVICE QUALITY)

Nahla Van Ersan^{1*}, Happy Puja Nabela², Febriana Melinda Sari³, M.Deva Johana⁴, Arthur Daniel Limantara⁵
^{1,2,3,4,5} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur
nahla.van2005@gmail.com*

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 24/6/2025

Tanggal Revisi : 2/7/2025

Tanggal Diterima : 7/7/2025

Abstract

The FnB industry is now an industry trend that continues to adapt and develop rapidly, and service quality is one of the determining factors for the success of a restaurant. Resto PawonDjowo is one of the FnB industry players that must innovate and improve service quality to meet high and diverse customer expectations. The purpose of this study is to analyze the service quality of Resto PawonDjowo because, in practice, there are still customer complaints related to the speed of service. The skills and friendliness of the staff are concerns in the service received by customers. This study aims to analyze the quality of Resto service through the Service Quality (SERVQUAL) approach and provide improvement strategies to increase service effectiveness, which are expected to provide theoretical and practical benefits. Service quality dimensions, namely physical evidence (tangible), reliability, responsiveness, assurance, and empathy, determine the gap or difference between performance and expectations and determine which dimensions require increased service effectiveness. With the results of the dimensions of responsiveness and empathy, it is necessary.

Keywords: Service Quality, Effectiveness, Servqual, Restaurant

Abstrak

Industri FnB sekarang merupakan tren industri yang sampai saat ini terus beradaptasi dan berkembang cepat, dan kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan dari sebuah restoran. Resto PawonDjowo merupakan salah satu pelaku industri FnB yang di tuntut berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan yang tinggi dan beragam,tujuan penelitian ini untuk menganalisis kualitas pelayanan Resto PawonDjowo,karena dalam praktiknya masih ada keluhan pelanggan terkait kecepatan pelayanan, kecakapan dan keramahan staf menjadi keresahan dalam layanan yang diterima oleh pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis kualitas pelayanan Resto melalui pendekatan Service Quality (SERVQUAL) dan memberikan strategi perbaikan untuk meningkatkan efektifitas layanan, yang di harapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.Dengan dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy) untuk menentukan gap atau selisih antara kinerja dan harapan sebagai penentu dimensi mana yang memerlukan peningkatan efektivitas layanan. Dengan hasil dimensi daya tanggap (responsiveness) dan empati (empathy) perlu meningkatkan efektifitas dengan beberapa strategi

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Efektifitas, Servqual, Restoran

PENDAHULUAN

Industri FnB sekarang merupakan tren industri yang sampai saat ini terus beradaptasi dan berkembang cepat, dan kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang menentukan keberhasilan dari sebuah restoran. Pelayanan membentuk pengalaman pertama pelanggan ketika memasuki sebuah restoran,pelayanan yang baik, ramah, sopan, dan cepat membuat pelanggan merasa nyaman dan di hargai, sehingga menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Selain itu, pelayanan yang baik dapat menjadi nilai tambah bagi sebuah restoran sebagai faktor pembeda dalam menentukan pilihan tempat makan yang ada, reputasi sebuah restoran pun terbentuk dari *experience* pelanggan ketika menerima pelayanan. Dengan begitu kualitas pelayanan bukan hanya operasional dalam restoran melainkan aspek penentu restoran dapat bertahan dan berkembang dalam industry FnB dalam jangka yang Panjang.

Resto PawonDjowo merupakan salah satu pelaku industri FnB yang menyajikan makanan tradisional jawa dan di tuntut berinovasi dan meningkatkan kualitas pelayanan guna memenuhi ekspektasi pelanggan yang tinggi dan beragam. Dengan lokasi dimana dapat di bilang resto ini bukan salah satu yang ramai pelanggan. Kualitas

pelayanan merupakan tingkat keunggulan (excellence) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2005).[1] Jika Pelayanan kurang optimal maka akan berdampak pada turunnya minat pelanggan meskipun kualitas makanan baik. Kualitas layanan, tidak hanya memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, tetapi juga memberikan pengaruh terhadap minat beli pelanggan. Hal ini ditunjukkan penelitian Rahma (2007) yang menemukan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan.[2] Citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia layanan, melainkan berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh terhadap keunggulan suatu layanan.[3] Dengan latar belakang pemikiran tersebut peneliti melakukan penelitian berjudul " Analisis Kualitas Pelayanan Untuk Meningkatkan Efektifitas Layanan Pada Resto PawonDjowo Melalui Pendekatan Service Quality (SERVQUAL)".

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini membantu bagaimana Resto PawonDjowo dalam meningkatkan kualitas pelayanan,karena dalam praktiknya masih ada keluhan pelanggan terkait kecepatan pelayanan, kecakapan dan keramahan staf menjadi keresahan dalam layanan yang diterima oleh pelanggan. Ketika kesan pelanggan sesuai dengan harapan, mutu layanan dianggap baik,namun jika disaat keinginan pelanggan tidak sesuai dengan harapan, maka menjadikan kualitas layanan yang kurang baik. Baik atau buruknya suatu pelayanan tergantung pada seberapa baik penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan.[4] Tjiptono (2019b) Jika pelayanan lebih baik dari yang di harapkan,pelanggan akan menganggap kualitas pelayanannya bagus. Jika pelayanan lebih buruk dari yang di harapkan, pelanggan akan menganggap kualitas pelayannya buruk.[5] Oleh karena itu,petingnya dilakukan analisis mendalam mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh Resto PawonDjowo dengan pendekatan *Service Quality (SERVQUAL)* dengan mengukur dimensi pendukungnya. Bagaimana upaya perbaikan kualitas pelayanan untuk meningkatkan efektifitas layanan.

Penelitian ini bertujuan menganalisis kualitas pelayanan Resto PawonDjowo melalui pendekatan *Service Quality (SERVQUAL)* dan memberikan strategi perbaikan untuk meningkatkan efektifitas layanan dan juga kepuasan pelanggan yang di harapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis dan praktis. Secara teroritis artinya penelitian ini dapat menambah referensi akademik terkait penerapan pendekatan *SERVQUAL* dalam menganalisis kualitas layanan di sektor resto. Secara praktis, hasil dari penelitian ini dapat jadi masukan strategis bagi Resto PawonDjowo dalam mengimplementasi strategi untuk meningkatkan efektifitas layanan dan kepuasan pelanggan dan bersaing di industri FnB atau kuliner. Kualitas Pelayanan menyumbang pengaruh pada Keunggulan Bersaing Perusahaan karena pelayanan yang baik bisa meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan retensi pelanggan, dan memperkuat posisi perusahaan di pasar.[6]

METODE

Kepuasan pelanggan merupakan respons emosional individu yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) suatu jasa atau produk dengan ekspektasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut Kotler (2009), perasaan ini bisa berupa senang atau kecewa, tergantung pada sejauh mana ekspektasi tersebut terpenuhi. Pelanggan yang mencapai tingkat kepuasan tinggi cenderung akan menunjukkan loyalitas dengan terus menggunakan produk atau jasa dari waktu ke waktu. Konsep kepuasan pelanggan ini bersifat multidimensional, tidak hanya melibatkan aspek produk itu sendiri, tetapi juga faktor-faktor lain yang memengaruhinya. Beberapa dimensi yang turut berperan penting adalah biaya yang dikeluarkan pelanggan, kemudahan akses terhadap sarana atau layanan, serta aspek teknis pelayanan yang diberikan. Selain itu, interaksi interpersonal antara penyedia jasa dan pelanggan juga memegang peranan krusial dalam membentuk pengalaman kepuasan secara keseluruhan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan merupakan hasil akumulasi dari berbagai elemen yang saling berkaitan, mulai dari karakteristik produk hingga kualitas interaksi layanan. (Kotler, 2009). [7]

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau *Service Quality*, menurut Parasuraman (1993), pada dasarnya adalah selisih antara kenyataan dan harapan pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Konsep ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas tidak hanya ditentukan oleh apa yang sebenarnya mereka dapatkan, tetapi juga oleh ekspektasi yang mereka miliki sebelumnya. Jika layanan yang diterima melebihi harapan, pelanggan akan memandang kualitas layanan tersebut sebagai tinggi dan memuaskan. Sebaliknya, apabila kenyataan tidak sesuai atau bahkan di bawah harapan, persepsi kualitas akan menurun. Oleh karena itu,

penyedia layanan perlu memahami secara mendalam apa yang diharapkan oleh pelanggan agar dapat memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi tersebut. Pengelolaan kualitas pelayanan yang efektif berfokus pada upaya menyalaskan gap antara kinerja aktual layanan dan harapan pelanggan. Hal ini penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan mempertahankan citra positif perusahaan. [8] Kualitas layanan suatu perusahaan haruslah terus dipertahankan dan ditingkatkan karena pelanggan mengharapkan mendapat suatu pelayanan yang baik bahkan melebihi yang mereka harapkan sehingga pelanggan akan puas terhadap perusahaan jasa tersebut.[9]

Efektivitas operasional adalah ukuran keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan dengan memanfaatkan sumber daya secara optimal.[10] Tingkat keberhasilan suatu layanan dalam mencapai tujuan yang sudah di tetapkan dan hasil yang di inginkan. Efektifitas layanan dinilai melalui indicator atau komponen yaitu Kualitas Layanan dengan model SERVQUAL. Penentu dari apakah Kualitas Pelayanan sudah Efektif atau belum dalam melayani pelanggan yang ada. Kualitas pelayanan yang ideal adalah ketika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen dan sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan dianggap buruk bagi pelanggan(Tjiptono, 2006) [11].

Metode *Servqual* merupakan cara yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara harapan responden terhadap kenyataan yang akan di terima, sehingga akan diperoleh nilai gap yang merupakan selisih antara responden terhadap layanan yang diharapkan dengan kenyataan responden terhadap layanan yang akan diterima(Satria 2019).[12] Menurut Kotler kualitas jasa pelayanan ditentukan oleh 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) [13].

Dilakukan di Resto PawonDjowo yang bergerak pada bidang Industri FnB atau Kuliner,dengan sumber penelitian merupakan pelanggan Resto PawonDjowo. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan Model *Service Quality* (SERVQUAL), Pengumpulan data pada resto yang menghasilkan data primer dan juga data sekunder.

Perhitungan metode SERVQUAL didapat 2 *variable* yaitu Kinerja dan Harapan dari hasil kuisisioner mendatang untuk mengetahui nilai SERVQUAL dari selisih atau gap antara harapan pelanggan dan kinerja pelanggan, Usmara (2003), bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) [15], yang terakhir menentukan efektif atau tidak pelayanan dari gap untuk melihat hasil akhir penelitian ini dimensi kualitas jasa yang perlu meningkatkan efektifitasnya.

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mengukur peristiwa alam maupun sosial yang diamati, peristiwa tersebut disebut variabel penelitian (Sugiyono, 2013).[9] Studi ini memanfaatkan kuesisioner yang dirancang cermat dan terstruktur sebagai instrumen utama pengumpulan data. Kuesisioner ini, yang terdiri dari 10 pertanyaan, bertujuan untuk memperoleh tanggapan dari subjek penelitian mengenai kepuasan pelanggan terhadap layanan Resto PawonDjowo. Sebagai alat bantu penting dalam proses pengumpulan data, instrumen ini memfasilitasi perolehan informasi yang relevan dengan penelitian. Pengukuran variabel didasarkan pada metode *Servqual*, yang melibatkan dua variabel utama: kinerja dan harapan. Masing-masing variabel ini merepresentasikan lima dimensi *Servqual* yang berbeda. Pendekatan ini diusulkan sebagai metode yang relatif sederhana namun efektif untuk memahami persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan Resto PawonDjowo, dengan data analisis yang akan diisi oleh responden melalui 10 pertanyaan berindikator.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian merupakan pelanggan yang mengunjungi Resto PawonDjowo berjumlah 15 orang pelanggan,dengan karakteristik pelanggan seperti berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

JENIS KELAMIN		
Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase
Perempuan	9	60%
Laki Laki	6	40%
Jumlah	15	100%

Sumber : Data Responden, 2025

Dari tabel 1 menunjukkan karakteristik responden berjumlah 15 orang,dengan prosentase 60% berdasarkan jenis kelamin perempuan berjumlah 9 responden dari 15 responden dan prosentase 40% berdasarkan jenis kelamin laki laki berjumlah 6 responden dari 15 responden. Resto PawonDjowo cocok di kunjungi karena tempat yang cocok di kunjungi oleh segala usia seperti karakteristik pelanggan berikut.

Tabel 2. Karakteristik Responden

USIA		
Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase
15 - 30 tahun	11	75%
30 - 50 Tahun	4	25%
Jumlah	15	100%

Sumber : Data Responden, 2025

Dari tabel 2 menunjukkan karakteristik usia responden dengan prosentase 75% berdasarkan usia 15 – 30 tahun berjumlah 11 responden dari 15 responden dan prosentase 25% berdasarkan usia 30 – 50 tahun berjumlah 4 responden dari 15 responden. Dengan memberikan berbagai menu untuk segala usia Resto PawonDjowo juga cocok untuk tempat berkumpul segala kalangan seperti karakteristik responden berikut.

Tabel 3.Karakteristik Responden

STATUS		
Keterangan	Jumlah Responden	Prosentase
Pelajar/ Mahasiswa	5	30%
Pekerja /Ibu Rumah Tangga	10	70%
Jumlah	15	100%

Sumber : Data Responden, 2025

Dari tabel 3 menunjukkan karakteristik status responden dengan prosentase 30% berdasarkan status pelajar atau mahasiswa berjumlah 5 responden dari 15 responden dan prosentase 70% berdasarkan status pekerja atau ibu rumah tangga berjumlah 10 responden dari 15 responden.Dengan data tersebut Resto PawonDjowo dapat di kunjungi oleh siapa saja, segala usia dan dengan status apapun. Dengan begitu Resto memberikan pengalaman bagi mereka yang berkunjung,tempat yang nyaman dan aman,menu yang beragam,dan memiliki kesan setelah berkunjung ke Resto PawonDjowo.

Dari Kuisioner yang dibuat berdasarkan kelima dimensi Servqual yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* dan disebar kepada 15 responden Resto PawonDjowo berisikan 10 pertanyaan maka hasil data yang di dapat.

Tabel 4. Data Service Quality Resto PawonDjowo

KETERANGAN	KINERJA		HARAPAN		GAP
	JUMLAH	RATA"	JUMLAH	RATA	
BUKTI FISIK (TANGIBLE)					
K.1. Ketersediaan Lahan Parkir	62	4,13	50	3,33	0,8
K.2 Kebersihan Tempat	58	3,86	60	4,4	-0,54
JUMLAH	120	4	110	3,87	0,26
KEHANDALAN (RELIABILITY)					
K.1. Kejelasan Penyampaian Informasi	56	3,73	54	3,6	0,13
K.2. Kemampuan Berkommunikasi	55	3,66	56	3,73	-0,07
JUMLAH	111	3,7	110	3,67	0,06
DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)					
K.1. Kecepatan Layanan	53	3,53	66	4,4	-0,87
K.2. Ketepatan terhadap Pesanan	63	4,2	62	4,13	0,07
JUMLAH	116	3,87	128	4,27	-0,8
JAMINAN (ASSURANCE)					
K.1. Kenyamanan dan Keamanan Pelanggan	64	4,13	60	4	0,13
K.2. Prosedur Layanan	55	3,66	54	3,6	0,06
JUMLAH	119	3,9	114	3,8	0,19
EMPATI (EMPATHY)					
K.1. Keramahan dan Kesopanan Karyawan	63	4,2	63	4,2	0
K.2. Tanggapan Terhadap Pelanggan	50	3,33	60	4	-0,67
JUMLAH	113	3,77	123	4,1	-0,67

Sumber : Data Responden, 2025

Dari tabel 4 yang menunjukkan data service quality pada Resto PawonDjowo dengan 5 dimensi dengan setiap dimensi memiliki 2 indikator pertanyaan dengan setiap indikatornya memiliki 2 variable perhitungan yaitu Kinerja dan Harapan,2 Variable ini sebagai penentu gap atau selisih antara Kinerja dan Harapan pada Resto PawonDjowo. Dengan Nilai Kinerja di dapatkan dari skor responden keseluruhan pada setiap indikatornya berdasarkan jumlah dan rata rata. Nilai Harapan didapatkan dari keseluruhan skor responden pada setiap indikatornya berdasarkan jumlah dan rata rata. Nilai Gap atau kesenjangan didapatkan dari selisih antara rata rata nilai kinerja dan nilai harapan. Dengan hasil gap diatas 0 maka kualitas pelayanan efektif, jika kurang dari 0 maka dikatakan kualitas pelayanan kurang efektif pada indikator dengan hasil kurang dari 0. Nilai gap keseluruhan untuk mengetahui pada setiap dimensi mana yang perlu meningkatkan efektivitas layanan dilihat pada data berikut.

Tabel 5. Data Service Quality Resto PawonDjowo

KETERANGAN	KINERJA		HARAPAN		GAP	HASIL
	JUMLAH	RATA"	JUMLAH	RATA"		
BUKTI FISIK (TANGIBLE)						
Kebersihan Tempat	58	3,86	60	4,4	-0,54	Kurang Efektif
KEHANDALAN (RELIABILITY)						
Kemampuan Berkommunikasi	55	3,66	56	3,73	-0,07	Kurang Efektif
DAYA TANGGAP (RESPONSIVENESS)						
Kecepatan Layanan	53	3,53	66	4,4	-0,87	Kurang Efektif
JAMINAN (ASSURANCE)						
Setiap Indikator Memenuhi Nilai Harapan						Efektif
EMPATI (EMPATHY)						
Tanggapan Terhadap Pelanggan	50	3,33	60	4	-0,67	Kurang Efektif

Sumber : Data Responden, 2025

Dari tabel 5 data Service Quality Resto PawonDjowo menunjukkan nilai gap pada setiap dimensi kualitas jasa dengan nilai gap antara kinerja dan harapan semakin kecil mana dimensi tersebut harus di perbaiki yang artinya kinerja tidak sesuai dengan harapan, dan jika nilai gap antara kinerja dan harapan besar maka dimensi tersebut harus di pertahankan yang artinya kinerja sesuai dengan harapan.

Maka dari tabel 5, 4 dimensi yang perlu diperbaiki karena kurang efektif adalah dimensi bukti fisik (*tangible*) dengan indikator kebersihan tempat perlu peningkatan efektifitas agar pelanggan merasa nyaman, kehandalan (*reliability*) dengan indikator kemampuan berkomunikasi juga termasuk dalam peningkatan agar pelanggan mendapat pelayanan yang baik, daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator kecepatan layanan dan ketepatan terhadap pesanan perlu meningkatkan efektifitas layanan agar pelanggan merasa puas, dimensi empati (*empathy*) dengan indikator keramahan dan kesopanan karyawan juga tanggapan terhadap pelanggan perlu diperbaiki atau ditingkatkan agar kualitas layanan pada Resto PawonDjowo lebih efektif, untuk dimensi jaminan (*assurance*) memiliki nilai gap 0 dan lebih dari 0 yang artinya pelanggan puas dengan kualitas pelayanan dan perlu mempertahankan kinerja agar memenuhi harapan pelanggan.

Untuk dimensi yang kurang efektif dalam pelayanan ada beberapa strategi yang dapat menjadi acuan meningkatkan efektivitas layanan seperti:

Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*) berindikator Kebersihan Tempat :

- Melakukan pengecekan berkala oleh supervisor.
- Menambah tenaga kebersihan khusus pada jam-jam ramai resto.
- Menyediakan alat kebersihan yang mudah di akses

Dimensi Kehandalan (*Reliability*) berindikator Kemampuan Berkommunikasi :

- Menerapkan budaya kerja ramah dan sopan.
- Melakukan simulasi pelayanan dalam komunikasi.

Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*) berindikator Kecepatan Layanan :

- Mengevaluasi alur pelayanan agar lebih efektif.
- Tetapkan standar waktu untuk pelayanan bertahap.

Dimensi Empati (*Empathy*) berindikator Tanggapan Terhadap Pelanggan :

- Membuat sistem penanganan keluhan atau saran.
- Merespon dan melanjutkan tanggapan dengan cepat.

- Melatih staf untuk bersikap tanggap, terbuka dan solutif.

Dengan menerapkan strategi tersebut Resto dapat meningkatkan efektifitas layanan pada dimensi kualitas jasa yang perlu di perbaiki.

KESIMPULAN

Kualitas Pelayanan sangat penting dan berpengaruh dalam perkembangan Restoran. Nilai Kinerja dan Nilai Harapan dari setiap dimensi kualitas jasa sebagai penentu dimensi mana yang memiliki pelayanan baik dan dimensi mana yang perlu meningkatkan efektifitas layanannya agar resto dapat berjalan dan memenuhi harapan pelanggan yang berkunjung dengan begitu experience pelanggan memberikan dampak positif bagi Restoran. Memahami kebutuhan dari pelanggan dan memberikan pelayanan yang terbaik dapat membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi restoran. Jadi penting bagi restoran untuk terus memantau dan meningkatkan kualitas layanan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Produk PK, Dan KL, Manajemen J, Ekonomi F, Sam U, Manado R. THE INFLUENCE OF PRODUK QUALITY , SERVICE QUALITY AND PRICE 2015;15:678–89.
- [2] Bahar A, Sjaharuddin H. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang 2015;3:14–34.
- [3] Produk PK, Layanan DANK, Studi P, Tata P, Studi P, Tata P. TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DJAWI LANBISTRO COFFEE AND RESTO SURABAYA Aprillia Dewi Rathasari Harti n.d.
- [4] Harga P, Dan L, Layanan K, Kepuasan T. Pengaruh harga, lokasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen 2023;2:23–8.
- [5] Maulidiah EP, Budiantono B, History A, Satisfaction C. Jurnal economina 2023;2.
- [6] Pratama DR, Ali H. Pengaruh Strategi Pemasaran , Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan 2024;2:1–10.
- [7] Kualitas P, Dan P, Pelayanan K, Loyalitas T, Melalui P. Management Analysis Journal 2015;4:348–54.
- [8] Prananda Y, Lucitasari DR, Abdul Khannan MS. Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan Pelanggan. Opsi 2019;12:1. <https://doi.org/10.31315/opsi.v12i1.2827>.
- [9] Zuraidah E. Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode Servqual (Service Quality). Prosisko 2018;5:137–9.
- [10] Pangestu YT, Jumiati IE, Shania S, Kaeser A, Sultan U, Tirtayasa A. No Title 2025;4:11–8.
- [11] Produk I, Kepuasan T, Pelanggan ML. purposive sampling. 2019;8:6741–61.
- [12] Pada S, Serbaraso R. MEASUREMENT OF SERVICE QUALITY USING THE SERVQUAL METHOD AT RESTAURANT SERBARASO 2022;4:70–87.
- [13] Hadining AF. Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisfaction Index (Csi). J@ti Undip J Tek Ind 2020;15:1. <https://doi.org/10.14710/jati.15.1.1-10>.
- [14] Erinawati F, Syafarudin A, Buana UM. Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan 1* 2021;1:130–47.
- [15] Ilmu F, Institut A, Sosial I, Manajemen D. KEPUASAN PELANGGAN Abdul Gofur 2019;4:37–44.