

PENGARUH FOOD QUALITY DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BK CAFÉ BATUKARAS PANGANDARAN

Irpan Maulana¹, M.Aziz Basari², Enjang Nursolih³
^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi, Universitas Galuh

Abstrak

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh food quality dan service quality terhadap kepuasan konsumen bk café batukaras pangandaran. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1] Bagaimana pengaruh food quality terhadap kepuasan konsumen BK Café Batukaras Pangandaran?; 2]Bagaimana pengaruh service quality terhadap kepuasan konsumen BK Café Batukaras Pangandaran?; 3]Bagaimana pengaruh food quality dan service quality terhadap kepuasan konsumen BK Café Batukaras Pangandaran?. Adapun tujuannya yaitu : 1] mengetahui dan menganalisis pengaruh food quality terhadap kepuasan konsumen BK Café Batukaras Pangandaran?; 2]mengetahui dan menganalisis pengaruh service quality terhadap kepuasan konsumen BK Café Batukaras Pangandaran; 3] mengetahui dan menganalisis pengaruh food quality dan service quality terhadap kepuasan konsumen BK Café Batukaras Pangandaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu simple random sampling. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi, determinasi, regresi sederhana dan uji Hipotesis menggunakan Uji signifikansi (Uji t dan Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa food quality tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai korelasi sebesar 0,007 dan nilai deteminasi sebesar 0,48%; service quality berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai korelasi sebesar 0,25 dan nilai determinasi sebesar 6,25%; food quality dan service quality berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai korelasi sebesar 0,25 dan nilai determinasi sebesar 6,25%.

Kata Kunci : Food quality, Kepuasan Konsumen, Service Quality

Pendahuluan

Salah satu upaya untuk mengembangkan strategi yang ada yaitu dengan memperhatikan kepuasan konsumen. Karena jika konsumen merasa puas, maka akan melakukan pembelian ulang yang akan berdampak pada volume penjualan perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan anggapan konsumen tentang senang atau kecewa yang berasal dari sesuai atau tidaknya persepsi konsumen terhadap produk atau jasa yang digunakan (Liliani, 2020). Dari terciptanya kepuasan konsumen akan memberikan manfaat kepada perusahaan karena konsumen yang puas cenderung akan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut sehingga akan menguntungkan perusahaan. Selain itu dari kepuasan konsumen akan menciptakan loyalitas terhadap suatu produk. Karena sudah terbentuknya kepercayaan, konsumen akan melakukan pembelian ulang. Adanya usaha untuk mencari tahu bagaimana suatu produk, manfaat, serta kegunaannya sehingga konsumen memiliki harapan yang tinggi dengan membeli produk yang dibelinya, yang jika terpenuhi akan tercipta kepuasan.

Kepuasan dapat terlihat dari respons konsumen terhadap evaluasi perbandingan dari persepsi antara harapan awal dengan kenyataan produk yang dirasakan setelah konsumen

mendapatkan produk tersebut (Prasetyo & Sunarti, 2020). Untuk membuat konsumen selalu merasa puas bukanlah hal mudah, perusahaan perlu memahami perilaku konsumen pada pangsa pasarnya. Orientasi kepada konsumen dilakukan oleh perusahaan dengan membuat strategi dan inovasi-inovasi yang dapat memberikan kepuasan dan kebutuhan konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen melalui pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman yang tidak menyenangkan. tingkat kepuasan seorang konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja dengan harapannya.

Salah satu café yang ada di Kabupaten Pangandaran yaitu BK café yang berdiri sejak 2015 yang menawarkan nuansa Klasik Modern. BK café menyediakan minuman olahan kopi dan non-kopi baik disajikan panas atau dingin. Selain itu BK Café juga menyediakan makanan seperti nasi goreng, kentang goreng, pisang goreng dan makanan ringan lainnya. Berdasarkan hasil survey awal tentang kepuasan konsumen dengan memberikan kuesioner kepada 30 Konsumen BK Café didapat hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1
Hasil Survey Awal Kepuasan Konsumen BK Café

No	Pernyataan	SB	B	CB	TB	STB	Skor	
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)	Target	Skor
1	Kinerja Pelayanan	-	24	6	-	-	150	114
2	Adanya keistimewaan produk	-	11	19	-	-	150	97
3	Kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen	-	-	5	15	10	150	55
Rata-rata							150	88,67

Sumber : Olah Data, 2020

Keterangan :

SB = Sangat Baik

B = Baik

CB = Sukup Baik

TB = Tidak Baik

STB = Sangat Tidak Baik

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui kepuasan konsumen BK Café belum optimal karena belum mampu mencapai target skor yaitu hanya 88,67 yang targetnya sebesar 150. Hal

ini disebabkan karena BK café tidak memiliki keistimewaan yang membuat konsumen penasaran terhadap BK Café. Menurut konsumen bahwa menu dan nuansa café cenderung sama dengan café yang ada di Kota lain. Selain itu adanya ketidak sesuaian harapan konsumen dengan kualitas yang didapat yang dapat diketahui dari skor 55. Sehubungan dengan hal tersebut, pengelola BK Café perlu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan konsumennya dengan memberikan pelayanan yang optimal agar konsumen merasa puas sehingga akan memberikan rekomendasi kepada orang lain. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan fasilitas yang baik, membuat ciri khas café BK, keandalan dari karyawannya, dan meningkatkan kualitas yang sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas. Meskipun kualitas dapat diukur secara objektif, dari sudut pandang pemasaran, kualitas juga diukur dari segi konsumen baik kualitas makanannya (*food quality*) maupun kualitas pelayanannya (*service quality*) yang ada pada café. Kualitas makanan merupakan tingkat pencapaian dalam konsistensi kualitas menu dengan kesesuaian standar produk. Setiap makanan memiliki standar kualitas sendiri yang sangat penting bagi setiap pelaku bisnis penjual makanan. Kualitas makanan merupakan karakteristik keseluruhan dari makanan dan minuman dimana adanya kesesuaian sehingga dapat memenuhi harapan konsumen (Prasetyo & Sunarti, 2020).

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan (*Service quality*). Dari adanya pelayanan yang diberikan oleh pelaku bisnis membuat konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan. Pentingnya untuk mengetahui seberapa tingkat kesan yang positif terhadap pelayanan yang diberikan, tetapi tidak menyebabkan harapan konsumen terlalu tinggi. Kualitas pelayanan memiliki dampak yang besar untuk meningkatkan kepuasan konsumen, tanpada adanya kualitas pelayanan yang baik pada perusahaan, maka konsumen tidak akan merasa puas sehingga memberikan citra negatif terhadap perusahaan. Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan dengan konsiten memberikan kualitas pelayanan akan mudah dalam menjalin hubungan dengan konsumen yang baik.

Dengan semakin ketatnya persaingan dalam industri makanan dan minuman khususnya café, maka BK café perlu tetap melakukan inovasi agar tetap mampu bertahan dan semakin berkembang. Untuk tetap mampu bersaing, BK café perlu memahami tentang kepuasan konsumennya. Dengan pengelolaan dan pemanfaat yang baik, kepuasan konsumen dapat menjadi aset strategis bagi BK Café. Dengan adanya kepasan konsumen terhadap

produk yang dijual pada BK Café, perusahaan dapat mengurangi biaya-biaya pemasaran. Selain itu dengan adanya kepuasan konsumen dapat meningkatkan perdagangan, menarik minat konsumen baru dan memberikan waktu untuk merespon ancaman dari kompetitor.

Landasan Teori

Food quality

Kualitas makanan adalah karakteristik kualitas dari makanan yang dapat diterima oleh konsumen, seperti ukuran, bentuk, warna, konsistensi, tekstur, dan rasa. Makanan lezat dan segar memainkan peran penting dalam upaya untuk melampaui pesaing. Dengan demikian, kualitas makanan adalah salah satu cara terbaik untuk memaksimalkan keberhasilan dalam bisnis restoran (Potter dan Hotchkiss, 2012:1). Dengan Indikator:

1. Rasa (Flavour)
2. Kemantapan/Ketepatan
3. Susunan/Bentuk/Potongan
4. Kandungan Gizi
5. Daya Tarik Lewat Penampilan
6. Daya Tarik Lewat Aroma (Marsum, 2015:139)

Service Quality

Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen (Tjiptono, 2014:180).

Dengan indikator:

1. Reliabilitas (*reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti Fisik (*Tangible*) (Tjiptono, 2014:198)

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler dan Keller, 2013:138 – 139).

Dengan indikator:

1. Kesesuaian Harapan
2. Minat Berkunjung Kembali
3. Kesiediaan Merekomendasi (Tjiptono,2106:101)

Pengaruh *Food quality* terhadap kepuasan Konsumen

Makanan merupakan salah satu hal yang ditawarkan kepada konsumen sebuah resto/caffe. Makanan dapat menjadi perhatian dan diunakan untuk memenuhi keinginan konsumen untuk dikonsumsi. Makanan yang mempunyai kondisi baik akan dapat memuaskan konsumen, begitu sebaliknya jika kualitas makanan dalam kondisi buruk akan berdampak ketidakpuasan pada konsumen. Semakin tinggi kualitas makanan dalam memuaskan konsumen, maka berdampak pada kepuasan konsumen yang tinggi. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Sugiharto (2013:3) bahwa ‘Kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa yang pada kemampuannya menanggung janji atau sisipan untuk memuaskan kebutuhan konsumen’. Sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga konsumen menjadi semakin puas.

Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen

Layanan merupakan suatu proses pasti ada input dan output yang diproses dalam suatu layanan yaitu konsumen itu sendiri, material dan informasi. Sebagian besar jasa layanan memasukkan konsumen sebagai inputnya yang disebut dengan *people processing* mengambil bagian apabila layanan yang diberikan secara langsung kepada konsumen. Semakin baik layanan yang ditawarkan kepada konsumen maka konsumen atau konsumen akan semakin puas. Jika kualitas layanan yang diterima oleh konsumen sesuai dengan harapannya, maka mereka berpandangan bahwa layanan tersebut memiliki kualitas yang bagus. Menurut Tjiptono (2014:180) bahwa “Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen”. Apabila konsumen mendapatkan kualitas yang bagus, maka hal ini akan menjadi pengalaman bagi mereka dan membagikan pengalaman tersebut dengan produk. Kualitas layanan yang tinggi menghasilkan kepuasan konsumen yang tinggi pula. Sebaliknya ketidakpuasan atas kualitas layanan dapat dijadikan alasan konsumen untuk berpindah atau melakukan pembelian secara diskontinyu.

Pengaruh *Food Quality* dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan konsumennya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan. Konsumen yang sangat puas umumnya lebih lama setia, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produksi yang ada, membicarakan hal-hal yang menyenangkan tentang perusahaan dan produk-produknya, tidak banyak memberi perhatian pada merek pesaing dan tidak terlalu peka terhadap harga. Menawarkan ide produk atau layanan kepada perusahaan, dan lebih sedikit biaya untuk melayani konsumen ini dibandingkan konsumen baru karena transaksinya bersifat rutin. Menurut Tjiptono (2014:225) mengungkapkan bahwa “Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor salah satunya kualitas yang dipersepsikan”. Menurut Smith dalam Goetsch dan Davis (2013:3) “Kualitas adalah kinerja yang dilakukan dalam mewujudkan standar yang diharapkan oleh konsumen”.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penggunaan metode survey dengan pendekatan kuantitatif yaitu untuk mengetahui kualitas makan dan kualitas pelayan serta pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen, serta menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis yang dapat diterima atau ditolak. Ukuran populasi dari objek yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah konsumen Café BK Batukaras Pangandaran pada bulan Desember 2020 sebanyak 127 Orang. Teknik sampling yang digunakan yaitu *probability sampling*, meliputi *simple random sampling*. Adapun besarnya sampel yang diambil adalah menggunakan rumus slovin (Arikunto, 2010:179) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Sampel

N : Populasi

e : Persentase kesalahan yang masih ditolelir dalam penelitian ini menggunakan persentasi kesalahan minimal 5%.

Jumlah konsumen Café BK Batukaras Pangandaran pada bulan Desember 2020 sebanyak 127 Orang dengan tingkat kesalahan yang ditolelir adalah sebesar 10%, maka dengan rumus tersebut dapat diperoleh sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{127}{1 + 127(0,05)^2}$$

$$n = \frac{127}{1,31}$$

$$n = 96,39 = 96 \text{ (Dibulatkan)}$$

Sehingga ukuran sampel yang dipilih 96 Konsumen..

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara Studi Kepustakaan, Pengamatan (observasi), dan Dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan menggunakan Koefisien Korelasi, Determinasi, dengan uji hipotesis menggunakan Uji T dan Uji F.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil Penelitian Tentang untuk *food quality*, *service quality* dan kepuasan konsumen BK Cafe Batukaras yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.42
Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif

o	Variabel	arget Skor	kor Tercapai	%	Kriteria
	<i>Food Quality</i>	800	850	0,20%	Baik
	<i>Service Quality</i>	800	1025	3,85%	Baik
	Kepuasan Konsumen	800	969	2,68%	Baik

Sumber: Data diolah dari kuesioner 2022

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengaruh *Food quality* terhadap kepuasan Konsumen

Berdasarkan perhitungan korelasi *product moment* di peroleh nilai korelasi *product moment* sebesar 0,07 antara *food quality* dengan kepuasan konsumen. Untuk menafsirkan

kekuatan hubungan digunakan skala penafsiran dari besarnya nilai korelasi dirujuk pada tabel 3.4 mengenai interpretasi koefisien korelasi, sehingga dapat diketahui bahwa nilai r_{x_1y} senilai 0,07 menunjukkan adanya hubungan yang positif sangat lemah. Dengan demikian terdapat korelasi positif yaitu senilai 0,07 antara *food quality* dengan kepuasan konsumen pada BK Cafe Batukaras. Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,49%. Artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh *food quality* sebesar 0,49%. Sedangkan sisanya sebesar 99,51% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti yang diduga persepsi harga. Untuk mencari t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95% dengan $\alpha=0,05$ dan dengan $dk = n - 2$ maka $dk = 96 - 2 = 94$ dan diperoleh t_{tabel} sebesar 1,99. Karena T_{hitung} sebesar $0,68 <$ dari t_{tabel} sebesar 1,99, maka hipotesis ditolak yaitu tidak terdapat pengaruh *food quality* terhadap kepuasan konsumen pada BK Café Batukaras.

Hal ini karena para pengunjung yang datang pada BK Café datang berkunjung untuk menikmati liburan di Pantai Batukaras, selain itu konsumen merasa menu yang disajikan sama saja dengan café-café yang ada sekitar Pantai pangandaran ataupun kota-kota lain, sehingga kualitas makanan yang ada pada BK Café Batukaras bukan menjadi faktor kepuasan konsumen. Maka hasil penelitian ini bertolak belakang atau tidak sejalan dengan hasil penelitian Ronitawati dan Simangunsong (2016) Kualitas makanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh *Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen

Korelasi *product moment* di peroleh nilai korelasi *product moment* sebesar 0,25 antara *Service quality* dengan kepuasan konsumen. Untuk menafsirkan kekuatan hubungan digunakan skala penafsiran dari besarnya nilai korelasi dirujuk pada tabel 3.4 mengenai interpretasi koefisien korelasi, sehingga dapat diketahui bahwa nilai r_{x_2y} senilai 0,18 menunjukkan adanya hubungan yang sangat lemah. Dengan demikian terdapat korelasi positif yaitu senilai 0,25 antara *Service quality* terhadap kepuasan konsumen pada BK Café Batukaras. Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 6,25%. Artinya kepuasan konsumen dipengaruhi oleh *Service quality* sebesar 6,25%. Sedangkan sisanya sebesar 93,75% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti yang diduga lokasi usaha. Untuk mencari t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95% dengan $\alpha=0,05$ dan dengan $dk = n - 2$ maka $dk = 96 - 2 = 94$ dan diperoleh t_{tabel} sebesar 1,99. Karena T_{hitung} sebesar $2,50 >$ dari t_{tabel} sebesar 1,99, maka hipotesis diterima yaitu terdapat pengaruh *Service quality* terhadap kepuasan konsumen pada BK Café Batukaras.

Hal ini karena *service quality* merupakan persepsi pelanggan atas komponen pelayanan sebuah produk, dan juga merupakan penentu yang penting dalam mencapai kepuasan konsumen. Service yang baik akan menimbulkan rasa puas dibenak konsumen sehingga konsumen akan kembali menggunakan jasa jika mereka merasa puas setelah menggunakan produk atau jasa disuatu tempat. Sehingga hasil penelitian ini sesuai atau sejalan dengan hasil penelitian Prasetyo dan Sunarti (2020) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh *Food Quality* dan *Service Quality* Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil analisis tersebut diperoleh hasil R sebesar 0,25. Berdasarkan penafsiran tingkat hubungan seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.4 $r = 0,25$ termasuk ke dalam kategori lemah dan mempunyai arah yang positif. Dengan demikian tingkat korelasi dua variabel bebas antara *food quality* (X_1) dan *Service quality* (X_2) secara simultan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y) dinyatakan memiliki hubungan yang lemah. Berdasarkan perhitungan diatas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *food quality* dan *Service quality* terhadap kepuasan konsumen pada BK Cafe Batukaras sebesar 6,25% sedangkan sisanya 93,75% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang diduga harga dan lokasi usaha. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 3,10 dibandingkan dengan F_{tabel} dengan dk pembilang = 2 (2 variabel *independent*) dan dk penyebut = $(n-k-1) = (96-2-1) = 93$. Bila taraf kesalahan 5% untuk uji dua pihak, maka nilai $F_{tabel} = 3,09$ sehingga nilai $F_{hitung} (3,10) >$ dari $F_{tabel} 3,09$. Dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima yaitu terdapat pengaruh *food quality* dan *Service quality* terhadap kepuasan konsumen pada Karyawan BK Café Batukaras.

Hal ini menyatakan bahwa *food quality* dan *service quality* menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan dalam melakukan kunjungan ke BK Café Batukaras. artinya *food quality* dan *service quality* menjadi acuan konsumen terhadap kepuasan setelah menggunakan produk atau jasa disuatu tempat. Konsumen akan merasa puas apabila produk dan pelayanan yang didapatkan sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga hasil penelitian ini sejalan dan sesuai dengan hasil penelitian Priska liliana (2020) bahwa *food quality* dan *Service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *food quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya jika *food quality* ditingkatkan belum tentu akan meningkatkan kepuasan konsumen.
2. *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada BK Café Batukaras. Artinya semakin tinggi *service quality* maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Begitu sebaliknya, jika *service quality* rendah maka kapuasan konsumen yang dihasilkan akan rendah.
3. *food quality* dan *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Artinya, jika *food quality* dan *service quality* sudah baik maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. begitu sebaliknya, jika *food quality* dan *service quality* masih kurang maka kepuasan konsumen akan menurun.

Saran

1. Karena *food quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada BK Café Batukaras. Maka sebaiknya BK Café Batukaras memperhatikan faktor-faktor lain yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Seperti
2. Sebaiknya BK Café Batukaras mampu mempertahankan dan meningkatkan *service quality* melalui bukti fisik (*Tangible*) dengan cara memberikan perawatan dan kebersihan pada peralatan-peralatan yang dimiliki agar konsumen lebih nyaman jika berkunjung ke BK Café.
3. Sebaiknya BK Café Batukaras mampu mempertahankan dan lebih meningkatkan kepuasan konsumen melalui minat berkunjung kembali dengan cara membuat produk yang berbeda dan memiliki ciri khas sendiri dari produk yang dimiliki BK Café Batukaras sehingga konsumen akan memberikan rekomendasi kepada konsumen lainnya karena produknya.
4. Saran bagi peneliti selanjutnya dalam penggunaan variabel *food quality* dan *service quality* disarankan menggunakan variabel lain agar menghasilkan penelitian yang lebih baik dalam penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Adinugraha, A., & Michael, S. 2014. *Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'Cost Surabaya. Jurnal Manajemen Perhotelan.*
- Alma. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.
- Astuty, N. A. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen pada restoran Menara Gading di Mall Lembuswana. Jurnal Administrasi Bisnis.*
- Badrudin. 2014. *Dasar-dasar Manajemen.* Bandung: Alfabeta.
- Budianti, A. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi.* Yogyakarta: Ombak (Anggota IKAPI).
- Handoko, T. H. 2011. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia.* Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, K. 2012. *Marketing Management.* Person Education.
- Kotler, P. 2013. *Manajemen Pemasaran.* Jakarta: Erlangga.
- Liliani, P.2020. *Analisis Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie. Jurnal Bina Manajemen, Volume 8 Nomor 2.*
- Lovelock, & wirtz, J. 2011. *Pemasaran Jasa Persepektif Edisi 7.* Jakarta: Erlangga.
- Malayu, H. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Marsum. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya. Edisi Empat.* Yogyakarta: Andi.
- Potter, & Hotchkiss. 2012. *Food Science 5th Edition.* New York: Chapman dan Hall.
- Prasetyo, A. D., & Sunarti. 2020. *Pengaruh Kualitas Makanan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tera Coffee & Resto Bekasi. Jurnal Administrasi Binsis, Volume 78 Nomor 1.*
- Ronitawati, P., & Simangungsong, D. W. 2016. *Analisis Kualitas Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Penyelenggaraan Makanan Di Kantin Universitas Esa Unggul. Nutrire Diaita, Volume 8 Nomor 2.*
- Siregar, S. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif SPSS.* Jakarta: Kencana.
- Solihin, I. 2009. *Corporate Social Responsibility From Charity to Sustainability.* Jakarta: Salemba Empat.
- Sugianto, J. 2013. *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Yung Ho Surabaya. Jurnal Strategi Pemasaran, 1-2.*

- Sugiharto. 2013. *Analisis Pengaruh Strategi Diferensiasi, Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Cincau Stasion Surabaya. Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-11.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2012. *Dasar - dasar manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. 2015. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Veithzel, R. 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, C., & Rifa'i, m. 2011. *Dasar - dasar Manajemen*. Medan: Perdana Publishing.