

---

# PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK DALAM MENCIPTAKAN KEPUASAN PELANGGAN

## (STUDI KASUS: MIE GACOAN CABANG BABARSARI, YOGYAKARTA)

Erin Dwi Cinthia Sari<sup>1)</sup>, Andi Resky Amelia Majid<sup>2)</sup>, Imelda Ayu Nurlita Dewi<sup>3)</sup>, Alya Reina Syakila Putri<sup>4)</sup>, Imelda Putri Wea<sup>5)</sup>, Ika Tirta Candrarini<sup>6)</sup>

<sup>1)2)3)4)5)</sup>Program Studi Manajemen Retail, STIB Kumala Nusa  
Jl. Ringroad Timur No. 43, Yogyakarta

e-mail: [23020197@stibsa.ac.id](mailto:23020197@stibsa.ac.id)<sup>1)</sup>, [23020188@stibsa.ac.id](mailto:23020188@stibsa.ac.id)<sup>2)</sup>, [23020200@stibsa.ac.id](mailto:23020200@stibsa.ac.id)<sup>3)</sup>,  
[23020187@stibsa.ac.id](mailto:23020187@stibsa.ac.id)<sup>4)</sup>, [23020201@stibsa.ac.id](mailto:23020201@stibsa.ac.id)<sup>5)</sup>, [ikatirta14@stibsa.ac.id](mailto:ikatirta14@stibsa.ac.id)<sup>6)</sup>

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi pelanggan terhadap pelayanan dan kualitas produk dalam menciptakan kepuasan pelanggan di Mie Gacoan Yogyakarta. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yang melibatkan studi kasus dan fenomenologi. Data dikumpulkan dari 49 informan yang dipilih secara purposive sampling di Cabang Babarsari, Yogyakarta, melalui observasi langsung, kuesioner skala Likert 1-5, dan wawancara singkat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan keramahan karyawan adalah elemen yang paling memengaruhi. Meskipun persepsi pelanggan secara keseluruhan cukup positif tentang layanan, masih ada keluhan tentang waktu tunggu, kepadatan antrian, kenyamanan area tunggu, dan rasa tidak konsisten. Faktor utama yang menjaga kepuasan pelanggan adalah kualitas produk, yang tercermin melalui cita rasa unik, variasi tingkat kepedasan, harga terjangkau, tekstur, aroma, dan pilihan menu. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pada kondisi tertentu, kualitas rasa dan kesesuaian harga dapat mengimbangi kelemahan pelayanan. Kepuasan pelanggan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang dan rekomendasi. Oleh karena itu, Mie Gacoan harus mempertahankan konsistensi rasa, meningkatkan efisiensi antrian, meningkatkan fasilitas fisik, dan meningkatkan pelatihan karyawan untuk memaksimalkan pengalaman pekerja.

**Kata Kunci:** *Pelayanan Pelanggan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Mie Gacoan*

### ABSTRACT

*This study to analyze customer perceptions of service and product quality in creating customer satisfaction at Mie Gacoan Yogyakarta. The method used is a qualitative approach, involving case study and phenomenological. Data were collected from 49 informants selected by purposive sampling at the Babarsari Branch, Yogyakarta, through direct observation, a 1–5 Likert scale questionnaire, and brief interviews. The results show that service speed, physical evidence, reliability, responsiveness, and employee friendliness were the most influential elements. Although customer perceptions were generally quite positive about the service, there were still complaints about waiting times, queue congestion, waiting area comfort, and inconsistent taste. Customer perceptions of service are generally positive, however, complaints remain regarding waiting time, queue density, waiting area comfort, and product taste inconsistency. The main factor that maintains customer satisfaction is product quality, which is reflected in unique flavors, varying levels of spiciness, affordable price, texture, aroma and menu options. Research findings indicate that under certain conditions, quality flavor and appropriate pricing can offset service weaknesses. Customer satisfaction increases the likelihood of repeat purchases and recommendations. Therefore, Mie Gacoan must maintain taste consistency, improve queue efficiency, enhance physical facilities, and improve employee training to maximize the worker experience.*

*Keywords: Customer Service, Product Quality, Customer Satisfaction, Mie Gacoan*

---

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan meningkatkan kebutuhan masyarakat terhadap makanan yang praktis, murah, dan memiliki cita rasa unik, industri kuliner Indonesia berkembang dengan cepat. Dalam industri ini, kualitas makanan dan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang cepat dan konsisten adalah dua faktor yang menentukan persaingan. Pengalaman pelanggan di restoran cepat saji dan restoran berkonsep volume tinggi dipengaruhi oleh rasa produk, harga, suasana tempat, kecepatan antaran, dan interaksi dengan karyawan.

Dengan berbagai macam produk mie pedas, harga yang terjangkau, dan konsep restoran yang menarik, Mie Gacoan menjadi salah satu merek kuliner yang populer di kalangan konsumen muda. Namun popularitasnya menyebabkan antaran panjang, waktu tunggu yang cukup lama, kepadatan tempat tinggal, dan tuntutan terhadap kualitas produk yang konsisten. Pengamatan awal di Mie Gacoan Cabang Babarsari di Yogyakarta menunjukkan beberapa masalah, termasuk waktu tunggu yang belum selalu stabil, rasa yang kadang-kadang tidak konsisten, suhu hidangan yang kurang ideal, dan pelayanan yang tidak responsif saat ramai.

Kondisi ini menunjukkan bahwa ada perbedaan antara apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang sebenarnya mereka alami. Makanan yang enak, harga yang sesuai, pelayanan yang cepat, dan tempat yang nyaman adalah hal yang diharapkan oleh pelanggan. Akan tetapi, saat restoran penuh, pelayanan dan kualitas menurun. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk memahami bagaimana kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanan.

Penelitian sebelumnya (Gabrow, 2021; Setini et al., 2025) masih menggunakan pendekatan kuantitatif dan berfokus pada industri retail umum, jadi ada ruang penelitian yang tersisa untuk menyelidiki pengalaman subjektif konsumen pada model bisnis *low-cost high-volume* seperti Mie Gacoan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus untuk mengetahui bagaimana pelayanan dan kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan. Di beberapa tempat, Mie Gacoan juga menjadi subjek penelitian, tetapi penelitian yang lebih menekankan tentang persepsi dan pengalaman pelanggan diperlukan, terutama pada cabang dengan karakteristik antaran dan banyak pelanggan. Hubungan antara pelayanan, dan kepuasan pelanggan tetap menjadi fokus utama penelitian ini. Namun, untuk memenuhi standar penulisan artikel ilmiah, penelitian ini disajikan secara lebih sistematis. Berdasarkan latar belakang dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut: 1) Faktor pelayanan pelanggan apa saja yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan cabang Babarsari, Yogyakarta? 2) Bagaimana persepsi pelanggan terhadap pelayanan pelanggan dalam mendukung kualitas produk? 3) Bagaimana dampak kualitas produk Mie Gacoan terhadap kepuasan pelanggan? 4) Apa upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan pelayanan dan kualitas produk guna meningkatkan kepuasan pelanggan?. Berdasarkan rumusan masalah, Adapun tujuan penelitian sebagai berikut: 1) Mengidentifikasi faktor pelayanan pelanggan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 2) Menganalisis persepsi pelanggan terhadap pelayanan dalam mendukung kualitas produk. 3) Menganalisis dampak kualitas produk Mie Gacoan terhadap kepuasan pelanggan. 4) Merumuskan upaya peningkatan pelayanan dan kualitas produk untuk memperkuat kepuasan pelanggan.

## 2. Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

### 2.1 Pelayanan Pelanggan

Perusahaan memberikan layanan kepada pelanggan sebelum, selama, dan setelah proses pembelian untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelayanan pelanggan tidak hanya mencakup kecepatan dan ketepatan proses transaksi, tetapi juga sikap karyawan, kemampuan komunikasi, daya tanggap terhadap keluhan, dan kemampuan perusahaan untuk membuat pengalaman pelanggan yang nyaman.

Pelayanan yang baik, menurut Tjiptono (2017) menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pelanggan melalui sikap empati, responsivitas, dan keandalan layanan. Pelayanan pelanggan di restoran dapat diukur berdasarkan kecepatan antrian, ketepatan pesanan, keramahan karyawan, kebersihan tempat, kenyamanan fasilitas, dan kemampuan karyawan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Lima dimensi SERVQUAL sering dikaitkan dengan kualitas pelayanan yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Tangibles adalah bukti fisik seperti kebersihan restoran, desain tempat, fasilitas tempat duduk, area parkir, dan kenyamanan ruang tunggu. Reliability menunjukkan kemampuan restoran memberikan layanan yang tepat dan konsisten. Responsiveness menunjukkan bahwa karyawan bersedia menyelesaikan pelanggan dengan cepat. Assurance adalah janji, kesopanan, dan rasa percaya pelanggan terhadap layanan. Empathy menunjukkan bahwa perusahaan memperhatikan kebutuhan pelanggan secara individual.

## 2.2 Kualitas Produk

Kemampuan produk untuk melakukan fungsinya dan memberikan manfaat sesuai dengan harapan pelanggan dikenal sebagai kualitas produk. Kotler dan Keller (2016). Menegaskan bahwa kualitas produk mencakup kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui kinerja, keandalan, kesesuaian, daya tahan, dan fitur lainnya. Dalam industri makanan, berbagai faktor dapat menentukan kualitas produk, termasuk rasa, aroma, tekstur, tampilan, porsi, kebersihan, variasi menu, kesegaran bahan, serta konsistensi rasa dari waktu ke waktu.

Garvin (1987) menyatakan bahwa berbagai aspek termasuk performance, features, reliability, durability, aesthetics, dan perceived quality dapat digunakan untuk menentukan kualitas produk. Faktor-faktor yang paling menonjol dalam produk kuliner seperti Mie Gacoan adalah rasa, variasi tingkat kepedasan, tekstur mie, kualitas topping, tampilan penyajian, harga yang sesuai, serta persepsi pembeli bahwa produk itu unik.

## 2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan respon emosional dan kognitif yang muncul setelah pelanggan membandingkan harapan sebelum membeli dengan pengalaman yang diperoleh dari penggunaan produk atau layanan. Menurut Kotler dan Keller (2016), pelanggan akan merasa puas apabila kinerja produk atau layanan sesuai atau melebihi harapan. Jika tidak, pelanggan akan merasa tidak puas.

Kepuasan pelanggan dalam industri kuliner dapat dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti rasa makanan, harga, kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, kebersihan tempat, kenyamanan restoran, dan konsistensi pengalaman. Kepuasan pelanggan penting karena dapat mendorong pembelian ulang, loyalitas, rekomendasi dari mulut ke mulut, serta citra positif bagi perusahaan.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Pelayanan pelanggan dan kualitas produk adalah dua komponen utama yang menentukan kepuasan pelanggan, menurut penelitian ini, Pelayanan yang cepat, ramah, responsif, dan

didukung fasilitas fisik yang memadai akan meningkatkan kenyamanan pelanggan. Persepsi nilai pelanggan akan ditingkatkan oleh produk berkualitas tinggi, terutama dalam hal rasa, variasi menu, harga dan konsistensi. Pelanggan cenderung merasa puas, melakukan pembelian ulang, dan merekomendasikan Mie Gacoan kepada orang lain jika kedua komponen berjalan secara seimbang.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus deskriptif kualitatif untuk memahami pengalaman serta persepsi pelanggan Mie Gacoan Cabang Babarsari, Yogyakarta. Meskipun data utama dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert, hasil penelitian dianalisis secara deskriptif dan di perdalam melalui observasi serta wawancara singkat. Dengan demikian, penelitian ini lebih tepat disebut sebagai studi kasus deskriptif dengan dukungan data survei, bukan fenomenologi murni.

Informan penelitian adalah pelanggan Mie Gacoan Cabang Babarsari yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria informan adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian minimal satu kali dan bersedia mengisi kuesioner. Jumlah informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 49 orang. Karakteristik informan berada pada rentang usia 15-30 tahun, dengan dominasi usia 18-24 tahun. Sebagian besar informan berprofesi sebagai mahasiswa, sedangkan frekuensi kunjungan bervariasi mulai dari jarang, sesekali, sering, hingga sangat sering.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 1-5 untuk mengukur penilaian pelanggan terhadap berbagai aspek pelayanan. Seperti, kecepatan antrean, kecepatan penyajian makanan, kecepatan transaksi kasir, kenyamanan fasilitas, atmosfer restoran, kepuasan keseluruhan, kewajaran waktu tunggu, kepuasan pembelian ulang, dan rekomendasi kepada orang lain. Kedua, observasi langsung dilakukan untuk melihat kondisi antrean, suasana restoran, area tunggu, dan interaksi karyawan dengan pelanggan. Ketiga, wawancara singkat dilakukan kepada beberapa informan untuk memperkuat pemahaman terhadap jawaban kuesioner.

Proses analisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu reduksi data penyajian hasil interpretasi temuan serta penarikan kesimpulan penelitian. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif berdasarkan tema pelayanan, kualitas produk, kepuasan, dan pembelian ulang. Interpretasi dilakukan dengan menghubungkan temuan lapangan dengan konsep pelayanan pelanggan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan. Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah informan yang terbatas pada satu cabang dan penggunaan wawancara singkat, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasi secara luas untuk seluruh cabang Mie Gacoan.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Faktor Pelayanan yang Paling Memengaruhi Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian, faktor pelayanan yang paling memengaruhi kepuasan pelanggan adalah kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, keandalan layanan, daya tanggap, dan bukti fisik restoran. Kecepatan pelayanan menjadi faktor yang paling sering diperhatikan pelanggan karena Mie Gacoan merupakan restoran dengan jumlah pelanggan yang tinggi. Pelanggan menilai bahwa waktu tunggu yang masih berada pada batas wajar dapat diterima, terutama apabila rasa makanan dan harga dianggap sepadan.

Sebagian besar responden memberikan penilaian pada rentang skor 3-5 terhadap kewajaran waktu tunggu hingga makanan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan masih dapat menerima antrean apabila proses pelayanan berjalan teratur. Namun, masih

terdapat responden yang memberi skor rendah pada efisiensi kasir, kenyamanan tempat tunggu, dan pengaturan area antara pelanggan dine-in dengan ojek online. Temuan ini menunjukkan bahwa masalah utama bukan hanya lamanya antrian, tetapi juga bagaimana antrian tersebut dikelola agar pelanggan tetap merasa nyaman.

Dimensi tangibles atau bukti fisik juga berperan penting dalam membentuk kepuasan. Kebersihan restoran, kenyamanan tempat duduk, ketersediaan ruang tunggu, area parkir, dan atmosfer restoran mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Apabila fasilitas fisik kurang memadai, pelanggan dapat merasa lelah atau tidak nyaman meskipun produk yang ditawarkan memiliki rasa yang baik.

#### 4.2 Persepsi Pelanggan terhadap Pelayanan dalam Mendukung Kualitas Produk

Persepsi pelanggan terhadap pelayanan Mie Gacoan secara umum cukup positif. Pelanggan menilai bahwa pelayanan sudah mendukung pengalaman konsumsi, terutama melalui proses pemesanan yang relatif jelas, karyawan yang membantu, dan suasana restoran yang menarik bagi pelanggan muda. Akan tetapi, persepsi positif tersebut belum sepenuhnya konsisten karena masih terdapat keluhan mengenai waktu tunggu, respon karyawan saat restoran ramai-ramai, dan kenyamanan area tunggu.

Pelayanan memiliki peran penting dalam memperkuat kualitas produk. Produk yang memiliki rasa enak dapat kehilangan nilai apabila pelanggan harus menunggu terlalu lama tanpa kepastian. Sebaliknya, pelayanan yang cepat dan ramah dapat memperkuat kesan positif terhadap produk. Dengan kata lain, pelayanan berfungsi sebagai faktor pendukung yang menentukan apakah kualitas produk dapat dirasakan secara optimal oleh pelanggan. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa mereka tetap bersedia membeli ulang karena rasa Mie Gacoan dianggap khas, harga terjangkau, dan variasi menu sesuai dengan selera mereka. Namun, keluhan mengenai rasa yang kadang berbeda, suhu hidangan tidak selalu panas, bumbu yang kurang merata, dan penyajian yang belum rapi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk harus dikelola secara bersamaan. Jika pelayanan cepat tetapi produk tidak konsisten, kepuasan akan menurun. Jika produk enak tetapi pelayanan terlalu lambat, pengalaman pelanggan juga terganggu.

#### 4.3 Dampak Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk menjadi faktor utama yang menjaga kepuasan pelanggan Mie Gacoan. Daya tarik produk terletak pada cita rasa pedas yang khas, variasi tingkat kepedasan, harga terjangkau, tekstur mie, topping pelengkap, aroma rempah, dan pilihan menu non pedas. Kombinasi tersebut menciptakan nilai yang dianggap sepadan oleh pelanggan, terutama pelanggan muda dan mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan cenderung tetap puas dan bersedia melakukan pembelian ulang meskipun pernah mengalami waktu tunggu yang cukup lama. Hal ini terjadi karena kualitas rasa dan harga dianggap mampu mengompensasi kelemahan pelayanan pada situasi tertentu. Namun, kompensasi tersebut tidak dapat terus-menerus dijadikan alasan untuk membiarkan pelayanan lambat. Apabila waktu tunggu terlalu lama dan kualitas rasa tidak konsisten, kepuasan pelanggan dapat menurun secara signifikan.

Konsistensi rasa menjadi aspek yang sangat penting. Pelanggan yang datang kembali biasanya mengharapkan rasa yang sama seperti pengalaman sebelumnya. Apabila rasa berubah, bumbu tidak merata, atau suhu makanan kurang optimal, pelanggan dapat merasa kecewa. Oleh karena itu, kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan rasa yang enak, tetapi juga dengan kemampuan restoran menjaga standar rasa dan penyajian secara berulang.

#### 4.4 Upaya Peningkatan Pelayanan dan Kualitas Produk

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pertama, perusahaan perlu menjaga konsistensi rasa melalui standar resep, kontrol kualitas dapur, dan evaluasi rutin terhadap proses penyajian. Kedua, perusahaan perlu memperbaiki estetika penyajian agar makanan tidak hanya enak, tetapi juga terlihat menarik dan rapi. Ketiga, perusahaan perlu meningkatkan kualitas bahan baku dan memastikan proses pengolahan berjalan sesuai standar.

Keempat, perusahaan perlu mengoptimalkan sistem antrean dan alur kerja dapur untuk mengurangi waktu tunggu. Pengaturan area antara pelanggan dine-in, take away, dan ojek online perlu diperjelas agar tidak menimbulkan kepadatan. Kelima, pelatihan karyawan perlu diperkuat, terutama dalam hal respon sivities, komunikasi, keramahan, dan penanganan keluhan pelanggan. Keenam, fasilitas fisik seperti tempat duduk tunggu, kebersihan, area parkir, dan kenyamanan atmosfer restoran perlu ditingkatkan.

Upaya tersebut menjadi krusial mengingat kepuasan pelanggan tidak semata-mata ditentukan oleh produk yang dikonsumsi tetapi juga oleh keseluruhan pengalaman yang dirasakan selama proses pembelian hingga konsumsi. Mie Gacoan memiliki kekuatan besar pada rasa dan harga. Namun, agar kepuasan pelanggan dapat bertahan dalam jangka panjang, perusahaan perlu memastikan bahwa pelayanan dan kualitas produk berjalan secara konsisten.

## 5. KESIMPULAN

Kepuasan pelanggan Mie Gacoan Cabang Babarsari, Yogyakarta, terbentuk dari kombinasi antara pelayanan pelanggan, kualitas produk, dan kesesuaian harga. Faktor pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kecepatan pelayanan, keramahan karyawan, keandalan, daya tanggapan, serta bukti fisik restoran. Meskipun sebagian besar pelanggan menilai pelayanan cukup baik, masih terdapat keluhan mengenai waktu tunggu, kepadatan antrean, kenyamanan area tunggu, dan efisiensi kasir.

Kualitas produk menjadi faktor utama yang memperkuat kepuasan pelanggan. Cita rasa khas, variasi tingkat kepedasan, harga terjangkau, tekstur, aroma, topping, dan variasi menu membuat pelanggan tetap memiliki persepsi positif terhadap Mie Gacoan. Namun, konsistensi rasa, suhu makanan, pemerataan bumbu, dan kerapian penyajian masih perlu diperbaiki agar pengalaman pelanggan lebih optimal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas cita rasa produk serta keterjangkauan harga memiliki kemampuan untuk mengurangi kelemahan pelayanan pada kondisi tertentu. Beberapa pelanggan tetap bersedia membeli ulang dan merekomendasikan Mie Gacoan meskipun pernah mengalami waktu tunggu yang cukup lama. Akan tetapi, perusahaan tetap perlu meningkatkan efisiensi pelayanan dan konsistensi produk agar kepuasan pelanggan tidak hanya bersifat sementara, tetapi berkembang menjadi loyalitas jangka panjang.

## 6. SARAN

Mie Gacoan disarankan untuk memperbaiki sistem antrean, memperjelas pemisahan area pelanggan dine-in dengan ojek online, memperkuat pelatihan karyawan, menjaga konsistensi rasa, dan meningkatkan kenyamanan fasilitas fisik. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah responden yang lebih besar atau membandingkan beberapa cabang Mie Gacoan agar hasil penelitian lebih luas dan dapat diuji secara statistik.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gofur, A. 2019. *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 4(1) 37-44
- [2] Gabrow, Rasa. Y. 2021. *Evaluation of customer satisfaction and service quality using SERVQUAL model: The case of fast-food restaurants in Iraq*. 9(1) 336-345
- [3] Garvin, D. A. 1987. *Competing on the eight dimensions of quality. Harvard Business Review*, 65(6).101-109.

- [4] Kotler, P., & Keller, Ke. L. 2016. *Marketing Manajemen. 15 Edition Harlow: Pearson Education.*
- [5] Menolong, L. Jangan. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.*
- [6] Prasetyo, Jangan., Burhanudin, A. Y., & Aryati, I. 2021. *Kualitas pelayanan, store atmosphere dan harga terhadap kepuasan Mie Gacoan. Jurnal Ilmiah Edunomika, 5(1), 250-258.*
- [7] Rahmi, M., & Nst, P. K. 2023. *Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode Importance Performance Analysis dan Customer Satisfaction Indek. Leibniz: Jurnal Matematika, 3(2), 15-29.*
- [8] Setini, M., Januarianti, I. K., Luh, N., Indiani, P., Bagus, I., & Putra, U. (2025). *The Role of Customer Satisfaction in Mediating The Influence of Service Quality and Price on Customer Loyalty in Retail Companies. 4(2), 115–13*
- [9] Sugiono. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*
- [10] Tjiptono, F. 2017. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi.*
- [11] Yulyana, E. S., Syabrus , H., Fidriyadi, R., Salsabila, S., Zafira, S., Yanti, F. R., & Lestiawati. 2024. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Mie Gacoan Pekanbaru. Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, 7(3) , 8204-8209.*