PENGARUH PELAYANAN, CITA RASA MASAKAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN C'BEZT CABANG BLITAR

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Pada Prodi Manajemen

Oleh :

KHUSNA AYU NOVITASARI
NPM: 12.1.02.02.0124

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

Skripsi Oleh:

KHUSNA AYU NOVITASARI
NPM : 12.1.02.02.0124

Judul:

PENGARUH PELAYANAN, CITA RASA MASAKAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN C'BEZT CABANG BLITAR

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 24 Juli 2016

Dosen Pembimbing I,	Dosen Pembimbing II,
Dr. H. Samari, S.E., M.M	**Sigit Ratnanto, S.T, M.M**
NIDN : 0712026201	**NIDN : 0706067004**

Skripsi Oleh:

KHUSNA AYU NOVITASARI
NPM : 12.1.02.01.0124

Judul:

PENGARUH PELAYANAN, CITA RASA MASAKAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN C'BEZT CABANG BLITAR

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
pada Program Studi Manajemen FE Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada Tanggal : 10 Agustus 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. H. Samari, S.E., M.M
2. Penguji I : Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.
3. Penguji II : Sigit Ratnanto, S.T., M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN : 0717066601

PENGARUH PELAYANAN, CITA RASA MASAKAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN C'BEZT CABANG BLITAR

Khusna Ayu Novitasari
12.1.02.02.0124
Fakultas Ekonomi – Manajemen
khusna.ayu@yahoo.com
Dr. H. Samari, S.E, M.M dan Sigit Ratnanto, S.T, M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis akhir-akhir ini mengharuskan perusahaan untuk dapat melakukan keunggulan yang berkeseimbangan. Keunggulan bisa dalam bentuk pelayanan, produk maupun harga. Dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan, perusahaan bisa memiliki salah satu keunggulan atau menentukan beberapa keunggulan yang disaingkan. Kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya didasarkan pada keahlian dan kemampuanya saja tetapi juga diperlukan keunggulan kerja secara kompetif salah satunya pada pelayanan, cita rasa produk dan harga yang diberikan untuk memuaskan pelanggan.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Skala pengukurannya menggunakan skala Likert. Pada analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas dan uji regresi linier berganda dengan program aplikasi SPSS *Versi* 21.

Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel pelayanan (X_1) dengan nilai signifikansi sebesar 0,025; variabel Cita Rasa Masakan (X_2) dengan nilai signifikansi sebesar 0,006; dan variabel harga (X_3) dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Sedangkan hasil penelitian menggunakan Uji f diperoleh signifikansi sebesar 0,000. Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial Pelayanan, Cita Rasa Masakan, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan C'Bezt Cabang Blitar. Demikian juga secara simultan variabel Pelayanan, Cita Rasa Masakan, dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan C'Bezt Cabang Blitar.

Kata Kunci: Pelayanan, Cita Rasa Masakan, Harga, dan Kepuasan Konsumen

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berjalanya waktu, akhir-akhir ini berbisnis dalam dunia kuliner sangat berkembang pesat. Pasalnya salah satu faktor yang menjadi pendukung dalam kemajuan di dunia kuliner di Indonesia adalah dengan masuknya kebudayaan dari negara asing. Negara asing dengan kebudayaannya cukup berperan dalam memebangun kemajuan kuliner di indonesia. Selain Negara Asing faktor lain yang cukup mempengaruhi kemajuan kuliner adalah cita rasa.

Kemampuan bersaing perusahaan tidak hanya didasarkan pada keahlian dan kemampuanya saja tetapi juga diperlukan keunggulan kerja secara kompetif salah satunya pada pelayanan, cita rasa produk dan harga yang diberikan untuk memuaskan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik membahas masalah peneliatian dengan judul **"Pengaruh Pelayanan, Cita Rasa Masakan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Dirumah Makan C'bezt Cabang Blitar"**

B. Identifikasi Masalah

1. Bisnis dalam dunia kuliner sangat berkembang pesat, sehingga menyebabkan persaingan yang sangat ketat.
2. Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis akhir-akhir ini mengharuskan rumah makan C'Bezt cabang Blitar untuk dapat melakukan keunggulan yang berkeseimbangan.
3. Kunci utama rumah makan C'Bezt cabang Blitar untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen.
4. Pelayanan juga merupakan bagian penting dalam meraih keunggulan sebagai upaya memberi kenyamanan dan kepuasan pada konsumen agar kelak konsumen selalu berminat pada produk yang dihasilkan oleh rumah makan C'Bezt cabang Blitar.
5. Pelayanan pada rumah makan C'Bezt sangat memuaskan.
6. Cita Rasa masakan pada rumah makan C'Bezt sangat berkualitas dan dapat dibandingkan dengan rumah makan sejenis lainnya.
7. Harga produk – produk yang ada di rumah makan C'Bezt cukup terjangkau bagi semua kalangan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka pembahasan mengenai permasalahan penelitian dibatasi pada: faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan yaitu kualitas pelayanan, cita rasa produk, dan harga pada tempat makan C'bezt.

D. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di rumah makan C'bezt?

2. Adakah pengaruh cita rasa masakan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di rumah makan C'bezt?
3. Adakah pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen di rumah makan C'bezt?
4. Adakah pengaruh kualitas layanan, cita rasa masakan dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan C'bezt?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di rumah makan C'bezt.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan cita rasa masakan secara parsial terhadap kepuasan konsumen di rumah makan C'bezt.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan harga secara parsial terhadap kepuasan konsumen di rumah makan C'bezt .
4. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan kualitas layanan, cita rasa masakan, dan harga secara simultan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan C'bezt.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

   Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi/pertimbangan bagi penelitian yang akan datang guna mengetahui pentingnya manajemen pemasaran dan pengaruh kepuasan konsumen bagi keberlangsungan suatu bisnis.
2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai tingkat kepuasan konsumen.

II. METODE

A. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Pelayanan (X_1), Cita Rasa Masakan (X_2), dan Harga (X_3). Sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Konsumen (Y)

2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

a. Kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau tidaknya seorang konsumen atas produk yang telah dibeli.
b. Pelayanan adalah suatu jasa yang di rasakan konsumen setelah membeli produk tersebut.
c. Cita rasa merupakan penilaian seseorang atas suatu masakan yang telah disajikan, dilihat dari

bagaimana penampilan makanan tersebut dan rasa masakan saat dimakan.

d. Harga merupakan alat pemasaran yang dapat memberikan pemasukan bagi perusahaan karena harga juga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

B. Teknik Pendekatan Penelitian

Teknik yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik statistik deskriptif. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah Rumah Makan C'Bezt cabang Blitar. Waktu penelitian terhitung mulai bulan April 2016 sampai dengan bulan Juli 2016.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh seluruh konsumen Rumah Makan C'Bezt cabang Blitar sejumlah 100 orang. Berdasarkan kriteria yang dapat menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden.

E. Instrumen dan DataPenelitian

1. Instrumen penetilitan

Variabel	Menurut	Indikator	Item Pertanyaan
Pelayanan (X1)	Laksana (2008:90)	Keramahan dan kesopanan Karyawan	2
		Kemudahan dan kecepatan proses penyajian	2
		Kebersihan dan kenyamanan	2
		Sarana dan prasarana	2
Cita Rasa Masakan (X2)	LM Drummond KE & Brefere LM (2010)	Penampakan	2
		Bau	2
		Rasa	2
		Tekstur	2
		Suhu	2
Harga (X3)	Stanton (2005:308)	Keterjangkauan harga	2
		Kesesuaian harga dengan kualitas produk	2
		Daya saing harga	2
		Kesesuaian harga dengan manfaat	2
Kepuasan Konsumen (Y)	Tjiptno (2004:101)	Kesesuaian Harapan	2
		Minat Berkunjung Kembali	2
		Kesedian Merekmendasikan	2
Total Pertanyaan			32

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan dokumentasi (*file research*).

G. Tehnik Analisis Data

Dalam penelitian ini alat analisa yang digunakan adalah uji validitas dan

reliabititas, serta analisis regresi linier berganda. Untuk memenuhi syarat dalam menggunakan analisis ini ada beberapa pengujian asumsi yang harus dipenuhi, yang disebut dengan uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi.

III. HASIL PENELITIAN

A. Hasil Analisis Data dan Interprestasi

1. Uji Validitas

   Berdasarkan tabel menunjukkan tingkat validitas dari instrumen yang digunakan cukup bagus. Nilai r_{hitung} semua item pernyataan di atas lebih dari r_{tabel} yaitu sebesar 0,279. Dengan demikian seluruh item pernyataan pada instrument penelitian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

   Berdasarkan tabel menunjukkan tingkat reliabilitas dari instrumen yang digunakan cukup bagus. Nilai *Cronbach's Alpha* semua item pernyataan di atas lebih dari alpha kritis yaitu sebesar 0,6. Dengan demikian seluruh item pernyataan pada instrument penelitian dinyatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

   a. Uji Normalitas

   Berdasarkan grafik *normal probability plot* dapat dilihat data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan pola distribusi normal. Sedangkan pada analisis statistik dapat dilihat bahwa nilai signifikan ketiga variabel tersebut 0,627 lebih besar dari taraf signifikan yang ditetapkan yaitu sebesar 0.05 atau 5%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

   b. Uji Multikolinieritas

   Berdasarkan uji multikolinieritas dapat diketahui bahwa variabel pelayanan, Cita Rasa Masakan dan Harga memiliki nilai *tolerance* masing-masing sebesar 0,392; 0,232; dan 0,294 yang lebih kecil dari 10. Sedangkan nilai VIF masing-masing variabel Pelayanan, Cita Rasa Masakan dan Harga sebesar 2,551; 4,314, dan 3,405 yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas

   c. Uji Heteroskedastisitas

   Berdasarkan grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tidak menunjukkan pola tertentu, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan

bahwa model tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Berdasarkan uji autokorelasi dapat dilihat pada nilai Uji *Durbin Watson* (DW *test*) sebesar 1,841 yang menunjukkan bahwa nilai du sebesar 1,6739 dan nilai 4-du sebesar 2,3261. Dengan demikian 1,6739 < 1,841< 2,3261, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 2,454 + 0,138X_1 + 0,199X_2 + 0,283X_3 + \varepsilon$. Dari persamaan tersebut dapat di interprestasikan sebagai berikut :

1) a = Konstanta sebesar 2,454

Jika variabel pelayanan (X_1), cita rasa masakan (X_2), dan harga (X_3)= 0, maka kepuasan konsumen (Y) akan menjadi 2,454.

2) Koefisien X_1 = 0,138

Setiap penambahan 1 satuan pada variabel pelayanan (X_1), dengan asumsi variabel cita rasa masakan (X_2), dan harga (X_3) bernilai 0, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,138 dan berlaku sebaliknya.

3) Koefisien X_2 = 0,199

Setiap penambahan 1 satuan variabel cita rasa masakan (X_2) dengan asumsi pelayanan (X_1), dan harga (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,199. dan berlaku sebaliknya.

4) Koefisien X_3 = 0,283

Setiap penambahan 1 satuan harga (X_3) dengan asumsi pelayanan (X_1), dan cita rasa masakan (X_2) bernilai 0, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,283. dan berlaku sebaliknya.

5. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pelayanan (X_1), cita rasa masakan (X_2), dan harga (X_3) secara individual terhadap kepuasan konsumen (Y).

1) Pengujian hipotesis 1

Berdasarkan tabel hasil uji diperoleh nilai signifikan variabel pelayanan adalah 0,025 < 0,05 yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil dari pengujian ini adalah pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2) Pengujian hipotesis 2

Berdasarkan tabel hasil uji diperoleh nilai signifikan variabel cita rasa masakan adalah 0,006 <

0,05 yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil dari pengujian ini adalah cita rasa masakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3) Pengujian hipotesis 3

Berdasarkan tabel hasil uji nilai signifikan variabel harga adalah 0,002 < 0,05 yang berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil dari pengujian ini adalah harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

6. Hasil Uji F (Secara Parsial)

Berdasarkan hasil uji, diketahui bahwa diperoleh nilai signifikasi sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil pengujian simultan ini adalah adalah pelayanan, cita rasa masakan, dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

B. Pembahasan

a. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil dari pengujian secara statistik bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,025. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen. Oleh Dari hasil rata-rata jawaban responden sebesar 3,91 pada variabel pelayanan menunjukkan responden setuju bahwa keramahan dan kesopanan, kesabaran karyawan, kemudahan dan kecepatan, kebersihan dan kenyamanan, serta sarana dan prasarana memiliki peran terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan C'Bezt cabang Blitar. Sehingga dengan memberikan komitmen secara konsisten pada pelayanan maka perusahaan akan dapat dengan mudah menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Bakri Hadi (2012) yang mengemukakan bahwa variabel pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh Cita rasa masakan terhadap Kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil dari pengujian secara statistik bahwa variabel Cita Rasa Masakan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Cita Rasa masakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan konsumen. Dari penelitian ini, dapat dikatakan bahwa Perusahaan yang memiliki cita rasa masakan yang terjamin akan lebih

mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Dengan demikian, semakin baik cita rasa masakan yang diberikan kepada konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen, Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Darlina, dkk (2013) yang mengemukakan bahwa cita rasa masakan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

c. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil dari pengujian secara statistik bahwa variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Dengan demikian, pemberian harga yang tepat dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis. Dengan pemberian harga secara tepat kepada konsumen akan dapat mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen agar melakukan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rendy, dkk (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

d. Pengaruh Pelayanan, Cita Rasa Masakan, dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil perhitungan Uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama (simultan) Pelayanan, Cita Rasa Masakan, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikasi sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan variabel Pelayanan, Cita Rasa Masakan, dan Harga dapat dijadikan bahan untuk mengetahui kepuasan konsumen.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan C'Bezt Kediri Cabang Blitar.
2. Cita rasa masakan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan C'Bezt Kediri Cabang Blitar.
3. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan C'Bezt Kediri Cabang Blitar.
4. Pelayanan, cita rasa masakan dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

konsumen di Rumah Makan C'Bezt Kediri Cabang Blitar.

B. Saran

1. Bagi konsumen berdasarkan hasil penelitian tersebut, diharapkan konsumen mampu untuk memilih tempat makan yang memiliki kualitas yang baik, baik dari segi pelayanan, cita rasa masakan maupun harga yang ditawarkan.
2. Bagi pihak perusahaan dari penelitian yang sudah dilakukan diharapkan kepada pemilik di Rumah Makan C'Bezt Cabang Blitar harus bisa mempertahankan hal tersebut bahkan kalau bisa ditingkatkan lagi menjadi lebih baik dari sebelumnya
3. Bagi pihak karyawan, dari hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk lebih berinovatif dan kreatif dalam menciptakan menu masakan baru agar dapat bersaing dengan produsen lain.
4. Bagi penelitian selanjutnya masih ada pengaruh dari variabel di luar variabel yang ada dalam penelitian ini yakni sebesar 21 %. Hal ini dapat menjadi bahan untuk melakukan penelitian lanjutan dalam waktu yang akan datang dengan memasukkan variabel diluar variabel yang sudah ada dalam penelitian ini seperti variabel lokasi, kualitas produk dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

Rangkuti, F. 2011. *Riset Pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Oliver, 2007. *Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings*. Journal of Retailing. 57(3), 25–48.

Veloutsou, 2005. *Determinants of Customer Satisfaction in Fast Food Industry*. Journal of Management Strategy, Vol. No. 3

Tjiptono, Fandy. 2004. *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta : Andi.

Kotler, Philip dan A.B Susanto 2005. "*Manaejemen Pemasaran*" (Alih Bahasa : Benyamin Molan). Jilid 1. Cetakan Kesebelas. Jakarta : PT. Indeks.

Nasution, M.N., 2005. Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management) Edisi 3. Ghalia Indonesia. Bogor

Jasfar. 2009. *Manajemen Jasa*. Jakarta : Ghalia Indonesia

Sari, Darlina Yunita, dkk. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Reputasi Perusahaan, Atribut Produk, Dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Konsumen Pujasera Jl. PB. Sudirman Jember). Universitas Jember.

Gulla, Rendy, dkk. 2015. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace INN. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Drummond KE & Brefere LM. 2010. *Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's, Seventh*

Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Page 3-4.

Parasuraman, Zeithaml, Berry., 2004, *SERVQUAL: A Multiple- ItemScale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing Vol. 64 No. 1

Asih, Nofitry. 2009. Hubungan Penilaian Cita Raa Masakan dan Reaksi Obat Dengan Daya Terima Makanan Lunak Pada Pasien Tuberkulosis Paru di RSUP. Dr Hasan Sadikin Bandung. Karya Tulis Ilmiah Jurusan Politeknik Kesehatan Bandung.

Soegeng, Santoso. 2004. Kesehatan & Gizi. Jakarta : PT. Bumi Aksara

Swasta, Basu dan Irawan. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

Kotler, Philip & Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

Tjahjaningsih, Endang. 2013. Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang). Universitas Stikubank.

Gulla, Rendy, dkk. 2015. Pengaruh, Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Hotel Manado GRACE INN. Universitas Sam Ratulangi Manado

Hadi, Bakri. 2012. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hote ROYAL VICTORIA di Kota Sangatta Kabupaten Kutai Timur. Untag Samarinda.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung:Alfabeta.

Lupiyoadi Rambat.. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat Jakarta

Stanton, William J, 2004, *Prinsip Pemasaran*, Jilid I (Yohanne Lamarto: Terjemahan), Penerbit Erlangga: Jakarta.

Ghozali, Imam 2011. *Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga. Jakarta. PT. Elex

Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Agung Media

Djaslim, *Saladin*. *2007*. Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya.

Tjiptono, Fandy. 2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andy Offset.