

Submitted 10 April 2022

Accepted 25 April 2022

PENGARUH BRAND IMAGE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI WARUNG NASI AYAM KEDEWATAN IBU MANGKU CABANG SEMINYAK

THE EFFECT OF BRAND IMAGE AND QUALITY OF SERVICE ON CONSUMER SATISFACTION AT STOP NASI AYAM KEDEWATAN IBU MANGKU SEMINYAK BRANCH

Kadek Artha Juniawan

DIV Menejemen Perhotehlan, Institute Pariwisata dan Bisnis Internasional Bali

arthajuniawan9@gmail.com

ABSTRAK

Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak merupakan salah satu rumah makan atau restaurant yang menghadirkan masakan tradisional yang sudah terkenal di Bali. Warung nasi ayam kedewatan cabang seminyak berdiri sejak tahun 2006, permasalahan yang dihadapi warung nasi ayam kedewatan ibu mangku cabang seminyak yaitu kritikan buruk tentang kepuasan pelanggan...Hal ini dapat dilihat dari kritikan yang diberikan dari 2 platform yaitu Zomato dan tripadvisor, dari hal tersebut penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah brand image dan kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner, observasi dan wawancara sampel yang dipergunakan sebesar 40 konsumen yang secara acak ditemui secara acak (*accidental sampling*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *brand image* dan kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan konsumen dengan memperoleh nilai F hitung > F tabel dan kedua variabel tersebut secara bersamaan mempengaruhi kepuasan konsumen secara parsial dengan memperoleh nilai signifikan < 0,05

Kata kunci : Warung Nasi Ayam Kedewatan, *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Masakan Tradisional

ABSTRACT

Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku Seminyak is one of the restaurants that serves traditional dishes and are famous in Bali. Warung kedewatan Seminyak branch was founded in 2006, the problem faced by warung kedewatan at the Seminyak branch is bad criticism about customer satisfaction. This can be seen from the criticisms given from 2 platforms, namely Zomato and tripadvisor, based on this problem porpuse to analyze whether brand image and service quality can affect customer satisfaction. The type of research used is quantitative with data collection methods through the distribution of questionnaires, observations and interviews. The sample used is 40 consumers who are met randomly (accidental sampling). The results of this research indicate that brand image and service quality affects consumer satisfaction by obtaining a value of F arithmetic $> F$ table and the two variables simultan affect customer satisfaction partially by obtaining a significant value < 0.05

Keywords: *Warung Nasi Ayam Kedewatan, Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction, Traditional Cuisin*

PENDAHULUAN

Bali merupakan tujuan wisata bagi para turis lokal maupun mancanegara dengan memiliki daya tarik tersendiri yaitu budaya dan alamnya, tidak hanya itu Bali juga terkenal memiliki kuliner yang lezat, bahkan disetiap daerah memiliki makanan khasnya masing-masing, Maka tak heran banyak pengusaha yang membuat restoran dengan hidangan makanan tradisonal maupun internasional di B ali. Restoran adalah suatu tempat atau Gedung yang dikelola secara komersil, yang melayani konsumen dengan baik berupa makanan dan minuman Marsum W.A (1993) dalam Prasetyo Andjar dan Arifin Mohamad (2017).

Bagi Kotler (2016) secara universal kepuasan ialah perasaan bahagia ataupun kecewa yang mencuat dari hasil kinerja seseorang terhadap ekspektasi yang di inginkan. Bila kinerja yang diberikan melebihi ekspetasi mereka, hingga konsumen hendak merasakan puas dengan pelayanan ataupun produk yang diterima, tetapi kebalikannya bila konsumen tidak merasa puas dengan pelayanan ataupun produk yang di bagikan konsumen hendak merasa kecewa.

Faktor lain yang mempunyai peran dalam adanya kepuasan konsumen adalah *brand image*. Menurut Gifani dan Syahputra (2017) bagian yang bernilai yaitu citra merek atau *brand image*, karena brand dapat menjelaskan identitas dari perusahaan itu sendiri dan mempunyai ciri khas tersendiri dari kompetitornya. Salah satunya adalah masakan tradisional Bali yang memiliki ciri tersendiri dengan mempunyai *brand* yang sudah terkenal di masyarakat yaitu Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak.

Bukan hanya Brand image yang mempunyai peran terhadap kepuasan konsumen, Kualitas pelayanan juga tidak kalah dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan karena kualitas yang di berikan oleh penyedia jasa atau produk akan membuat konsumen akan merasakan puas atau kecewa.

Warung nasi ayam kedewatan ibu mangku cabang seminyak beroperasi sejak tahun 2006. Menurut I Made Bayu Darmadi selaku pemilik sekaligus manager menjelaskan bahwa tujuan warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak adalah meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara menekan kritikan dari konsumen yang pernah berkunjung di Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak dan membuat pelanggan memiliki keinginan membeli produk lagi. Tetapi, dilapangan masih terdapat beberapa ulasan atau kritikan baru tentang kepuasan pelanggan seperti yang terdapat di ulasan trip advisor dan Zomato. Perusahaan yang di pimpin oleh I Made Bayu Darmadi ini mempunyai maksimal persentase ulasan buruk dari platform yaitu sebesar 3% sehingga apabila melebihi dari 3% dari jumlah semua ulasan platform di atas dapat dinyatakan bahwa ulasan buruk tersebut berpengaruh bagi Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak.

Permasalahan akibat ulasan konsumen memberikan beberapa dampak. Dampak yang baik akan menimbulkan *brand image* yang melekat di benak konsumen sehingga konsumen memiliki niat beli kembali serta merekomendasikan warung nasi ayam kedewatan kepada calon pembeli lain, dampak yg buruk akan membuat brand image menjadi tidak baik di mata masyarakat penikmat masakan khas Bali seperti ulasan dari tripadvisor dan Zomato beberapa konsumen merasa tidak bahagia dengan pelayanan yang disajikan oleh Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak. Dari 24 ulasan di tripadvisor ada 2 yang memberikan rating buruk dan sangat buruk sedangkan dari Zomato memiliki 144 ulasan dengan 5 yang memberi bintang 2 sehingga jika di jumlahkan dari kedua platform tersebut yaitu terdapat 168 ulasan dan 7 ulasan yang tidak baik sehingga dari 7 ulasan buruk tersebut melebihi maksimal kritikan buruk yaitu 3% yang telah di tentukan perusahaan.

Menyadari pentingnya konsumen dalam pengaruh..kepuasan konsumen, Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku berusaha mencari solusi dalam cara meningkatkan kepuasan konsumen. manajemn Warung Nasi Ayam Kedewatan cabang Seminyak menyadari apabila menjual makanan tradisional agar tetap memberikan kualitas pelayanan terbaik, mempromosikan dengan harga yang terjangkau bagi konsumen dan membentuk *brand image* yang melekat pada konsumen, sehingga akan berdampak berkelanjutan dan meningkatkan penjualan produk serta.meningkatnya kepuasan konsumen.

Ditinjau dari kualitas pelayanan yang di berikan Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak belum dapat memuaskan konsumen. Maka dengan hal tersebut peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan menggunakan variabel tersebut yakni peran *brand image* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sehingga peneliti tertarik mengambil judul mengenai “Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu MangkuCabang Seminyak”.

METODE PENELITIAN

Teknik Pengumpulan Data

1) Kuesioner

Kuesioner adalah kumpulan pertanyaan yang diberikan untuk responden pada saat penelitian dan mendapatkan data atau jawaban sesuai masalah penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner akan dibagikan ke semua pengunjung pada saat penelitian berlangsung di Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak dengan menggunakan sarana *google form* dengan skala likert mengingat kondisi pandemi yang saat ini, membuat masyarakat harus menerapkan *physical* dan *social distancing*.

2) Observasi

Observasi adalah metode mengamati secara cermat dan langsung Pantyasa (2013). Dalam hal ini peneliti mulai mengunjungi lokasi penelitian yaitu Warung Nasi Ayam Kedewatan untuk melihat secara langsung kualitas pelayanan.

3) Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan 2 orang atau lebih untuk membahas sesuatu atau bertukar pikiran satu sama lain. Dalam penelitian ini,peneliti mewawancari manager sekaligus pemilik dari Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak yakni I Made Bayu Darmadi.

Teknik Analisis Data

1) Uji Validitas

Bagi Herlina (2019), uji validitas ialah alat ukur korelasi antara hasil indikator yang diuji pada variabel hasil. Korelasi antara koefisien uji dengan tingkat signifikansi berada pada taraf 5%, yang berarti item tersebut dapat digunakan jika korelasinya signifikan relatif terhadap skor total item tersebut.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran seberapa konsisten responden dalam menanggapi pertanyaan yang diajukan peneliti berupa kuesioner Pantiyasa (2013).

Uji Asumsi klasik

1) Multikolinieritas

Bagi Widarjono (2010) dalam Duli (2019), tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk melihat hubungan antar variabel bebas, melihat ada atau tidaknya interkorelasi antar variabel.

2) Uji Heterokedastisitas

Bagi Widarjono (2010) dalam Duli (2019), tujuan heteroskedastisitas adalah untuk menguji ada tidaknya ketidaksamaan varians antara residual yang satu dengan residual yang lain. Model Glejser digunakan sebagai metode untuk menentukan terjadinya heteroskedastisitas.

3) Uji Normalitas

Menurut Widarjono (2010) dalam Duli (2019), tujuan dari uji normalitas adalah agar mengetahui apakah nilai residualnya normal. Hasil regresi yang baik adalah yang menghasilkan nilai residual yang wajar.

Analisis Linier Berganda

Alat yang diperuntukan untuk menguji Suatu variabel berhubungan dengan variable yang lainnya Sugiyono (2016). Dalam penelitian ini untuk menghitung pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak

Uji Hepotesis

1) Uji Simultan F

Sugiyono (2016) mengatakan uji Simultan F berguna untuk melihat apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pengujian ini dilakukan menggunakan taraf signifikansi 0,05.

2) Uji T

Sugiyono (2005:223) dalam Salimun dan Sugiyanto (2019), uji- T dipergunakan untuk mengukur variabel bebas secara parsial terhadap variable terikat menggunakan atau memakai uji koefisien regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Brand Image	X1.1	0,692	Valid
	X1.2	0,755	Valid
	X1.3	0,819	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,730	Valid
	X2.2	0,710	Valid
	X2.3	0,810	Valid
Kepuasan Konsumen	Y.1	0,792	Valid
	Y.2	0,818	Valid
	Y.3	0,773	Valid

Sumber : Olahan Spss November 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel yang dapat digunakan untuk penelitian, dan semua item variabel valid karena hasil setiap item pernyataan menunjukkan hubungan yang signifikan secara statistik ($0,312 < r$ hitung). Artinya semua item pernyataan indikator untuk setiap variabel dapat digunakan buat mengumpulkan data.

Uji Reabilitas

	Cornbach alpha	Cornbach alpha standar item	N of item
Brand Image	.905	.904	7
Kualitas Pelayanan	.960	.960	14
Kepuasan Konsumen	.954	.954	13

Sumber : Olahan Spss November 2021

Dapat disimpulkan dari tabel diatas bahwa Uji reabilitas dari setiap variabel mendapatkan hasil lebih besar dari 0,06 atau nilai alpha cornbachnya lebih besar dari 0,06

Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas Kolmogorv

One Sample Kolmogorove-smirnov Test		
		Unstandardized residual
N		40
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73318340
Most Extreme Differences	Absolute	.132
	Positive	.132
	Negative	-.053
Test Statistic		.132
Signifikan		.077 ^c

Sumber : Olahan Spss November 2021

Uji normalitas Kolmogorov adalah 0,077. Berdasarkan data yang digunakan, dapat disimpulkan bahwa probabilitasnya lebih besar dari 0,05 atau 0,077.

b) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas

variabel	tolerance	VIF
Brand Image (X1)	0,538	1.860
Kualitas Pelayanan(X2)	0,538	1.860

Sumber : Olahan Spss November 2021

Hasil di atas yaitu X1 dan X2 terhadap X3 memiliki korelasi yang tinggi. nilai *tolerance* 0,538 > 0,05 sehingga dapat dikatakan tidak mengalami multikolinieritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	sign
	B	Std. Error	Beta		
Constant	4.719	1.997		2.364	.023
brand image	-.042	.079	-.115	-.525	.603
kualitas pelayanan	-.023	.040	-.127	-.583	.563

Sumber : Olahan Spss November 2021

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat tingkat heteroskedastisitas yang tinggi, yang berarti citra merek dan kualitas layanan tidak mungkin dipengaruhi oleh ukuran sampel. karena nilai sig > 0,05, yaitu *brand image* 0,603 > 0,05 dan Kualitas Pelayanan 0,563 > 0,05.

4) Analisis Linier Berganda

Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sign
	B	Std. Error	Beta		
Constant	2.656	3.021		.879	.385
X1	.470	.120	.261	3.911	.000
X2	.680	.060	.758	11.343	.000

Sumber : Olahan Spss November 2021

Hasil perhitungan X_1 dan X_2 terhadap kepuasan pelanggan di Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak dapat disusun sebagai berikut:

- 1) Konstan sebesar 2.656, yang berarti jika seluruh variabel X bernilai 0 maka jumlah variabel Y adalah 2.565
- 2) $b_1 = 0,470$ artinya setiap *brand image* warung nasi ayam kedewatan mengalami peningkatan 1% maka kepuasan konsumen meningkat 0,470
- 3) $b_2 = 0,680$ artinya setiap pelayanan warung nasi ayam kedewatan yang diberikan kepada konsumen melampaui harapan konsumen sehingga pelanggan merasakan puas dengan layanan yang diberikan, maka kepuasan konsumen akan meningkat 1%.

1) Uji F Simultan

Uji F Simultan

ANOVA					
Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	sign
Regresion	2991.675	2	1495.838	189.970	.000 ^b
Residual	291.341	37	7.874		
Total	3283.016	39			

Sumber : Olahan Spss November 2021

Hasil uji F menunjukkan $0,000 < ,05$ (5%), F hitung $(189,970) > (3,24)$ F tabel, jadi X_1 dan X_2 berpengaruh besar terhadap X_3 .

2) Uji Parsial (Uji T)

Uji Parsial (Uji T)

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sign
	B	Std. Error	Beta		
Constant	2.656	3.021		.879	.385
X1	.470	.120	.261	3.911	.000
X2	.680	.060	.758	11.343	.000

Sumber : Olahan Spss November 2021

Hasil pengujian data uji-t di atas adalah sebagai berikut:

a) Pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen

Nilai t untuk X1 adalah $3,991 > 2,021$ dengan sign 0,000 artinya Variabel X1 berpengaruh positif kepada kepuasan konsumen.

b) Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil X2 juga menunjukkan jika kualitas pelayanan mempunyai peran terhadap kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen di Warung Nasi Ayam Kedewatan Bunda Mangku cabang Seminyak

Berdasarkan hasil analisis data uji-t parsial (regresi linier berganda), diketahui bahwa X1 berpengaruh parsial terhadap X3 pada Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak. Hasil uji T menunjukkan bahwa citra merek lebih besar dari 2,021 dan $0,000 < 0,05$ artinya variabel citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

b) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak

Hasil analisis data uji-t parsial (regresi linier berganda) diketahui bahwa (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Warung

Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku Cabang Seminyak. Dapat dikatakan hasil yang diperoleh yaitu variabel (X2) sebesar $13.343 > 2,021$ dengan hasil sign $0,000 < 0,05$ yang artinya X2 mempengaruhi signifikan terhadap X3

- c) Pengaruh *Brand Image* serta Mutu Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Warung Nasi Ayam Kedewatan Bunda Mangku Cabang Seminyak

Berdasarkan data uji F diperoleh hasil yang signifikan secara statistik pada taraf .05. $970 > 3,24$ F tabel dan $F 0,000 < 0,05$ (5%) Sehingga dapat dikatakan bahwa X1 dan X2 berpengaruh terhadap X3.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan HASIL DAN PEMBAHASAN yang sudah dihitung mengenai *brand image* dan kualitas pelayanan sosial terhadap kepuasan konsumen di warung nasi ayam kedewatan ibu mangku cabang seminyak jadi dapat diambil keSIMPULAN seperti dibawah ini:

- a. Analisis parsial variabel citra merek (X1) menghasilkan H1 diterima, hasil thitung $> t$ tabel dan sign $< 0,05$ yang berarti bahwa bagian variabel Merek memberikan Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku Ada berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen cabang Seminyak, dengan responden merasakan dampak merek yang baik dan puas dengan karakter warung nasi ayam Kedewatan.
- b. Hasil analisis parsial variabel Kualitas Pelayanan (X2) memperoleh hasil sama dengan X1 bahwa **H₂ diterima** dengan hasil thitung $> t$ tabel dan dengan nilai sign $< 0,05$ dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen hal tersebut menandakan adanya kepuasan konsumen kepada pelayanan yang diberikan Warung Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku cabang Seminyak.
- c. Analisis uji simultan (Uji F) variabel *brand image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen(Y) memperoleh hasil bahwa **H₁ diterima** dan **H₂ diterima** dengan perolehan nilai uji f sig $F < 0,05$ (5%) dengan F hitung $> F$ tabel yang berarti variabel *brand image* dan Kualitas Pelayanan secara simultan member ipengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Aji prasetyo, F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Hotel Wyndham Casablanca. *STIE Pariwisata Internasional Jakarta*, 23-29.
- Amelia. (2019). *Ulasan*. Retrieved from tripadvisor: https://www.tripadvisor.co.id/Restaurant_Review_g469404d13943441_Reviews_Nasi_Ayam_Kedewatan_Ibu_Mangku_Seminyak_Seminyak_Kuta_District_Bali.html
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*.
- Andrews, J., & Shimp, T. (2017). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. Boston, USA: Cengage Learning.
- Astuti, N. P., Putra, I. K., Kasiani, Yudistira, C. G., & Widiantara, I. M. (2020). Implikasi penerapan Customer Relationship Marketing dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Garuda Angkasa Joumpa Denpasar. *Jurnal Umnas Mataram*, 506-514.
- Candrianto, S. (2021). *kepuasan pelanggan - suatu pengantar*. Batu: Literasi Nusantara. Dharmawan, R. H., & Kristianingsih, T. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Pelangi Malang. *JAB jurnal*, 27-28.
- Dr. M. Anang Firmansyah, S. M. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek - Planning dan Strategy*. Qiara Media.
- Dr.Sandu Siyoto, S. M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. (A.-C. 1, Ed.) Yogyakarta: Penerbitan Media Literasi.
- Duli, N. (2019). *METODE PENELITIAN kuantitatif :beberapa konsep dasar untuk penulisan skripsi & analisis data dengan SPSS*. sleman : CV Budi Utama.
- Dwihapsari, E. R., & Murni, Y. (2017). Pengaruh Positioning , Diferensiasi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Buku Mimpi Sejuta Dolar Dengan Promosi Sebagai Variabel. 104-110.
- Fiqihta, E., Kuraesin, H., & Muniroh, H. L. (2019). Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan di hotel Salak Tower. *jurnal ilmu manajemen*, 142.

- Gifani, A., & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 81–94.
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara*, 461.
- HarisArdiansyah AL-Mahbuby, D. K. (2021). Determinan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *jurnal kompetitif bisnis*, 253.
- Hendrison, & helfi Husda, n. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Asuransi Reliance Indonesia. *Jurnal magsima*, 36.
- Herlina, V. (2019). *panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS*. jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Isritasari, A. S. (2019). Kajian Empiris Kualitas Layanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Kasino. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Mitra Tour & Travel Sidoarjo. *jurnal Ekonomi & Bisnis*, 225.
- Keller, K. (2013). *Strategic Brand Management, Fourth Edition*. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. &. (2016). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi ke-15*. Jakarta: Erlanga.
- Kumar, S., & Bhatnagar. (2017). Bagaimana Keamanan Pangan, Kualitas Makanan Dan Citra Merek Mempengaruhi Minat Beli Ulang. *jurnal manajemen perhotelan*, 81.
- Lubis, D. I., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 15–24.
- M.Askhari, S., Vivi, A., & Zakariah, K. (2020). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Action Research, Research And Development (R N D)*. Yayasan Pondok Pesantren Al Mawaddah Warrahmah Kolaka.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di rumah makan ayam goreng nelongso jember. *jurnal [endidikian ekonomi*, 26–29.

- Mensah, I., & Dei, R. (2018). "Effects of Service Quality and Customer Satisfaction on Repurchase Intention in Restaurants on University of Cape. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 27-36.
- Nguyen, Q., Nisar, T. M., Knox, D., & Prabhakar, G. P. (2018). "Understanding customer satisfaction in the UK quick service restaurant industry.". *British Food Journal*.
- Nyarmiati, S. R. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Brand Image Dan Perceived Value Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 8.
- Pantiyasa, I. W. (2013). *Metodologi Penelitian*. Denpasar: Sekolah Tinggi i Pariwisata Bali Internasional.
- Pantiyasa, I. W. (2018). *Teknik Penulisan Skripsi*. Denpasar: Jayapangus Press.
- prasetyo, a., & arifin, m. z. (2017). *Analisis Biaya Pengelolaan Limbah Makanan Restoran*. (T. Indocamp, Ed.) jakarta: Indocamp.
- ronderic. (2019). *ulasan*. Retrieved from zomato: <https://www.zomato.com/id/bali/nasi-ayam-kedewatan-ibu-mangku-1-kerobokan-kelod/reviews>
- Salimun, & Sugiyanto. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan Begal (Bebek Galak). *PROSIDING SEMINAR NASIONAL HUMANIS 2019*, 573.
- Suarditha, N., Rafikirwin, A., & Sugeng, S. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Merek Wardah. *Aktiva - Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 12.
- Sugiyono. (2016). *METODE PENELITIAN Administrasi*. Cetakan Keempat Belas. Bandung: Alfabeta.
- Suharni, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Hotel Aryaduta Lippo Village). *Jurnal Semarak*, 73- 80.
- Supranto, J. (2017). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk menaikkan Pangsa Pasar* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Teguh, I. h., & Kurniawati, T. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk nissan grand livina. 881-882.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, Quality dan Satisfaction. *Edisi 4*, 27-28.