
PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN CEPAT SAJI KFC CABANG ASIA MEGA MAS MEDAN**Ramadhan Harahap, SE., M.Si.**

Dosen Akademi Sekretaris dan Manajemen Cendana

ABSTRAK

Kualitas produk merupakan suatu barang atau jasa yang diproduksi dan memberikan nilai mutu yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Sebagai pemenuhan kebutuhan masyarakat, kepuasan pelanggan menjadi salah satu yang terpenting dalam penilaian suatu produk. Semakin puas pelanggan dengan produk yang digunakan maka semakin baik juga kualitas yang diberikan. Paper ini berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat Saji KFC cbg. Asia Mega Mas, Medan". Yang melatarbelakangi penelitian ini adalah ketertarikan peneliti untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di restoran cepat saji KFC. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat adakah pengaruh kualitas produk di KFC terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode penelitian kuantitatif asosiatif yang bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menunjang penelitian, data diambil dari kuesioner kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan KFC cabang Asia Mega Mas Medan sebanyak 30 orang. Data penelitian yang dianalisis dengan menggunakan model regresi linier sederhana yang menghasilkan persamaan regresi : $Y = 21,915 + 0,534X$. Kesimpulan dari penelitian ini adalah ditemukan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan restoran cepat saji KFC cabang Asia Mega Mas Medan, yang berarti apabila kualitas yang diberikan semakin baik, maka tingkat kepuasan pelanggan juga semakin tinggi.

Kata Kunci: Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

Latar Belakang

Salah satu cara agar manusia dapat bertahan hidup dan memastikan kelangsungan hidupnya adalah memenuhi kebutuhan dasar sebagai manusia. Kebutuhan dasar manusia meliputi pangan, sandang, dan papan. Kebutuhan pangan akan terpenuhi apabila manusia mendapatkan makanan. Kegiatan sehari-hari yang dilakukan manusia tentu saja membutuhkan makanan. Jika kebutuhan dasar manusia tak terpenuhi maka bisa saja kelangsungan hidup manusia tidak berjalan dengan baik.

Manusia melaksanakan kegiatan sehari-hari pasti membutuhkan tenaga. Makanan yang dimakan akan diolah menjadi tenaga. Dewasa ini, seiring dengan perkembangan zaman yang semakin praktis dan cepat, manusia dituntut untuk melakukan segala hal dengan cepat termasuk juga dalam memenuhi kebutuhan dasar. Manusia mulai berharap untuk makan tanpa harus direpotkan dengan memasak makanan. Banyak perusahaan yang mencoba untuk memenuhi kebutuhan manusia tersebut dengan menghasilkan produk yang dapat dinikmati manusia dengan cepat tanpa harus direpotkan dengan memasak. Makanan yang disajikan juga bervariasi dan makanan tersebut lebih condong ke makanan barat (western food).

Berdasarkan konsep pemikiran dan harapan para manusia modern saat ini, maka bisnis makanan yang dapat disajikan dengan cepat menjadi salah satu daya tarik / minat pelanggan untuk membelinya. Manusia mulai mewujudkan harapannya dengan membuka bisnis makanan yang salah satunya seperti restoran cepat saji. Banyak sekali restoran cepat saji yang terbuka di berbagai tempat di dunia.

Demikian juga di Indonesia kita bisa menemukan mungkin hampir ribuan restoran cepat saji yang tersedia, seperti KFC (Kentucky Fried Chicken), Texas, Pizza Hut, Mc Donald, dan sebagainya. Para pebisnis mulai berlomba-lomba menjual makanan mereka dan membuka banyak cabang di berbagai daerah di Indonesia. Hampir semua restoran cepat saji menyajikan menu yang sama, yang membedakannya hanya pada bumbu-bumbu untuk meracik makanan yang dibuatnya.

Seiring berkembangnya zaman yang semakin modern, manusia menginginkan makanan yang dapat disajikan dengan cepat dan praktis. Restoran cepat saji (restoran siap saji) menjadi salah satu alternatif dimana manusia bisa mendapatkan makanan dengan cepat tanpa harus repot memasak. KFC menjadi salah satu restoran cepat saji di Indonesia yang cukup populer dan tersebar luas di Indonesia. Tidak hanya di melihat dari sisi kenikmatan makanan namun juga melihat dari kualitasnya. Manusia mengharapkan kualitas yang baik dari makanan yang disajikan. Tidak hanya itu, para pemilik restoran mulai berlomba-lomba memasarkan produk mereka agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. apabila kebutuhan manusia terpenuhi maka akan tercipta suatu perasaan yang disebut kepuasan. Pelanggan yang merasa puas akan terus mengonsumsi produk tersebut dan akan direkomendasikan kepada orang lain.

Restoran cepat saji seperti KFC sangat mudah dijumpai diberbagai daerah di Indonesia. Penyebarannya yang luas dan lokasinya yang strategis memudahkan orang datang untuk menikmati lezatnya makanan yang disajikan. Restoran cepat saji (fast food restaurant) adalah rumah makan yang menghadirkan makanan dan minuman dalam waktu relatif singkat dari pesanan sampai penyajian kepada pelanggan. Umumnya sajian berupa burger atau ayam goreng (sumber : http://id.m.wikipedia.org/wiki/Rumah_makan_siap_saji). KFC juga menyediakan jasa pesan antar (delivery order) bagi pelanggan yang sedang ingin keluar rumah dengan menelepon ke nomor (061)-14022. Untuk daerah pusat di Medan yaitu di Jl. Gajah Mada, KFC menyediakan jasa drive thru (drive through) yaitu jasa pemesanan makanan melalui sebuah mesin penerima pesanan. Setelah memesan makan pelanggan dapat melanjutkan ke tempat pengambilan pesanan mereka tanpa harus turun dari kendaraan mereka. Di Medan, terdapat 19 cabang KFC. Dari informasi yang didapat dari pihak KFC diketahui bahwa setiap tahunnya akan ada penambahan 1 atau 2 cabang baru, dan tahun ini akan ditambah 1 cabang lagi di daerah Medan.

Selain pada kualitas makanan dan kepuasan pelanggan, pihak KFC juga mengutamakan ke higienisan makanan, kebersihan tempat dan harga yang bisa dijangkau pelanggan untuk membeli produk. Piring yang digunakan untuk menyajikan makanan juga harus bersih, sajian softdrink akan diisi ulang setiap kali sudah habis. Begitu juga seperti burger yang disajikan dalam bungkus agar tetap hangat dan higienis.

Kita bisa melihat bahwa setiap hari restoran cepat saji selalu dipenuhi oleh pelanggan yang berdatangan. Salah satu yang menjadi daya tarik pelanggan untuk datang terus adalah kualitas yang diberikan. Campuran bumbu-bumbu yang digunakan untuk meracik ayam dan lainnya menghasilkan rasa yang nikmat dan membuat pelanggan ingin kembali lagi dan lagi. Kualitas menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat keinginan masyarakat untuk mengonsumsi produk tersebut. Semakin baik kualitas yang diberikan, semakin besar keinginan manusia untuk mengonsumsi produk tersebut. Dan semakin buruk suatu produk maka semakin kecil manusia ingin mengonsumsinya dan bahkan bisa meninggalkan produk tersebut. Kepuasan masyarakat akan ditentukan dari kualitas produk yang dinikmati. Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman banyak perusahaan yang menyajikan produk yang hampir serupa dan yang membedakannya hanya pada bumbu yang digunakan. Untuk itu, KFC selalu mencari inspirasi baru dengan menyajikan menu baru yang tidak kalah dengan perusahaan lain untuk menaikkan tingkat minat konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut. Manusia pada zaman modern selalu ingin mencoba hal-hal / produk yang baru.

Hanya dengan me-launching produk baru maka manusia akan langsung berdatangan untuk mencoba produk tersebut. Produk baru memang menjadi daya tarik yang kuat untuk manusia zaman sekarang. Itu menjadikan salah satu target bagi setiap perusahaan dengan menyajikan produk baru agar memperoleh untung.

Berdasarkan latar belakang yang tertera diatas, kita bisa melihat bahwa pelanggan merasa puas dengan produk yang disajikan kepada mereka dan mereka dapat merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain dimana perusahaan tersebut dapat memperoleh untung yang besar. Selain kepuasan yang diharapkan pelanggan, produk yang berkualitas juga menjadi salah satu daya tarik pelanggan untuk terus menikmati produk tersebut. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas produk dan kepuasan pelanggan di restoran cepat saji (KFC). Adapun judul penelitian yang akan diteliti oleh penulis yaitu “ Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Cepat Saji (KFC cabang Asia Mega Mas). ”

Rumusan Masalah

Setiap perusahaan pasti memiliki masalah yang dihadapi dan juga jalan terdapat jalan keluar untuk menyelesaikannya. Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian adalah: seberapa besarkah pengaruh kualitas produk makanan terhadap kepuasan pelanggan KFC?

Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentu memiliki tujuan yang ingin didapatkan. Adapun yang menjadi tujuan dari peneliti dalam melakukan penelitian tugas akhir ini adalah untuk membandingkan antara teori atau ilmu yang dipelajari dalam kegiatan perkuliahan dan kepustakaan dengan kualitas yang terdapat pada produk KFC, yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di KFC.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengetahui teori-teori tentang kualitas produk dan faktor-faktor penghubung kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Serta cara meningkatkan kepuasan pelanggan melalui produk yang disajikan.

Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu bagi masyarakat mengenai kualitas produk makanan KFC, dan juga memberi ilmu kepada mahasiswa, khususnya bidang manajemen agar bisa mengetahui lebih jauh tentang kualitas produk dan juga mengetahui tentang kepuasan pelanggan atau konsumen melalui produk yang disajikan.

Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada kualitas produk yang disajikan pihak KFC kepada pelanggan. Tidak hanya itu, peneliti juga ingin mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap makanan yang dikonsumsi dan juga pendapat mereka tentang kualitas KFC.

KAJIAN PUSTAKA

Definisi Kualitas

Menurut Prof. Dr. Wibowo, S.E. , M.Phil. (2007) dalam buku Manajemen Kinerja bahwa kualitas didefinisikan sebagai memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Heizer dan Render (dalam buku Wibowo , 2001:171) mendefinisikan kualitas sebagai kemampuan produk atau jasa memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Russel dan Taylor (dalam buku

Wibowo , 2000:78) kualitas sebagai totalitas tampilan dan karakteristik produk atau jasa yang berusaha keras dengan segenap kemampuannya memuaskan kebutuhan tertentu.

Definisi Kepuasan Pelanggan

Saat ini tampaknya istilah kepuasan pelanggan (customer satisfaction) sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dalam setiap rumusan visi, misi, tujuan, credo, maupun motto organisasi, baik perusahaan maupun lembaga nirlaba. Menurut Fandy Tjiptono , Ph.D dan Gregorius Chandra (2011) dalam buku *Service, Quality and Satisfaction Edisi : 3*, kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Berkembangnya riset kepuasan pelanggan dan penganugerahan award buat kesuksesan perusahaan dalam meraih skor tertinggi indeks kepuasan pelanggan nasional (National Customer Satisfaction Index) juga berkontribusi pada peningkatan kepedulian produsen dan konsumen terhadap pentingnya kepuasan pelanggan.

Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan bisa dikatakan booming dalam dua dekade terakhir. Minat terhadap pengukuran kepuasan pelanggan bukan saja berlaku pada skala mikro (perusahaan), namun juga pada lingkup makro (nasional). Ini dapat dilihat dari maraknya bisnis konsultasi dan riset kepuasan pelanggan, terutama di kota-kota besar Indonesia. (Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana (2015) dalam buku : *Pelanggan Puas? Tidak Cukup!*)

Kerangka Pikir

Kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat besar bagi kepuasan pelanggan. Apabila kualitas barang yang didapat oleh pelanggan sesuai atau bahkan melampaui dari apa yang diharapkan, maka pelanggan akan merasa sangat puas terhadap produk tersebut dan kemungkinan untuk pembelian kembali sangat tinggi. Sebaliknya apabila kualitas yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan, maka pelanggan akan merasa kecewa dan tidak akan membeli produk tersebut kembali.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Menurut Siregar (2014 ; 99 dalam buku *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*) penelitian adalah terjemahan dari kata inggris research. Kata research sendiri berasal dari kata re yang berarti “kembali” dan to search yang berarti “mencari”. Arti dari research adalah “mencari kembali”. Penelitian merupakan penyalur ras ingin tahu manusia terhadap sesuatu/masalah dengan perlakuan tertentu terhadap masalah tersebut seperti memeriksa, mengusut, menelaah dan mempelajari secara cermat serta memformulasikan hipotesis sehingga diperoleh sesuatu seperti mencapai kebenaran, memperoleh jawaban atas masalah, pengembangan ilmu pengetahuan, dan sebagainya.”. Menurut Siregar (2014; 100), ada beberapa persyaratan yang harus terpenuhi dalam melakukan penelitian, antara lain :

1. Sistematis artinya penelitian harus dilaksanakan menurut pola tertentu mulai dari yang paling sederhana sampai dengan yang paling kompleks sehingga tercapai tujuan secara efektif dan efisien.
2. Terencana disini artinya suatu penelitian dilaksanakan dengan unsur kesengajaan dan telah dipikirkan langkah-langkah pelaksanaan penelitian. Suatu penelitian harus mengikuti konsep ilmiah artinya mengikuti cara yang telah ditentukan, yaitu prinsip yang digunakan untuk memperoleh ilmu pengetahuan.

Jenis penelitian terdiri dari tiga yaitu

Jenis kualitatif (data berbentuk kalimat), adalah penelitian tentang riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis. Proses dan makna (perspektif dan subjek) lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.

Jenis kuantitatif (data berbentuk angka), adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan /atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.

Jenis gabungan (bentuk kali duamat dan angka), adalah salah satu pendekatan yang cenderung didasarkan pada paradigma pengetahuan pragmatik (seperti orientasi konsekuensi, orientasi masalah, dan pluralistik). Pendekatan ini menggunakan strategi penelitian yang melibatkan pengumpulan data baik secara simultan maupun secara sequensial untuk memahami masalah penelitian sebaik-baiknya.

Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dapat membangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuesioner atau skala. Uji validitas akan dihitung dengan menggunakan koefisien korelasi product moment. Ketentuan jika r hitung lebih dari 0,349, dapat dikatakan semua alat ukur atau instrumen dalam penelitian ini dapat digunakan atau valid. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 30 responden. Hasil pengujian validitas untuk kuesioner variabel kualitas produk (X) dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini

:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X)

Item	r hitung	Validitas
X1	0,466	Valid
X2	0,541	Valid
X3	0,500	Valid
X4	0,667	Valid
X5	0,638	Valid
X6	0,668	Valid
X7	0,836	Valid
X8	0,710	Valid

X9	0,671	Valid
X10	0,548	Valid
X11	0,620	Valid

Sumber : Hasil Data Penelitian (2017)

Uji korelasi bertujuan untuk menunjukkan apakah hubungan yang terjadi itu dapat berlaku pada populasi atau tidak. Pengujian korelasi menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan dua variabel.

Dapat diketahui bahwa nilai korelasi antara variabel kualitas produk dengan kepuasan pelanggan sebesar 0,627 dan nilai signifikannya adalah 0,000, berarti ada hubungan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan karena nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dan hubungan antar kedua variabel memiliki hubungan korelasi yang cukup tinggi.

Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent (Y). Persamaan umum regresi linier sederhana menggunakan rumus : $Y = a + bX$

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Variabel	Nilai
Constant	21,915
Kualitas produk (X)	0,534

Sumber : Hasil Data Penelitian (2017)

Tabel diatas menunjukkan hasil dari uji regresi linier sederhana, dimana :

$$Y = 21,915 + 0,534X$$

Penjelasannya adalah sebagai berikut

Konstanta sebesar 21,915; artinya jika kualitas produk nilainya 0, maka kepuasan pelanggan nilainya negatif sebesar 21,915.

Koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,534 artinya jika kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,534 satuan. Hubungan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan adalah positif, artinya semakin banyak kualitas produk maka semakin meningkatnya kepuasan pelanggan.

Pembahasan

Berdasarkan hasil tanggapan dari responden mengenai kualitas produk (X) dapat dilihat bahwa persentase terendah terdapat pada item 6 yang menyatakan bahwa “bahan – bahan yang digunakan merupakan bahan segar pilihan”. Hasil dari responden menyatakan bahwa 5 responden (16,7%) menyatakan sangat setuju, 14 responden (46,7%) menyatakan setuju, 6 responden (20%) menyatakan cukup setuju, 4 (13,3%) responden menyatakan kurang setuju, dan 1 (3,3%) responden menyatakan tidak setuju. Sementara persentase tertinggi terdapat pada item 1 yang menyatakan “makanan dan minuman yang dijual KFC

mampu memenuhi ekspektasi pelanggan”. Hasil dari responden menyatakan bahwa 10 responden (33,3%) menyatakan sangat setuju, 16 responden (53,3%) menyatakan setuju, dan 4 orang (13,4%) menyatakan cukup setuju.

Berdasarkan hasil tanggapan dari responden mengenai kualitas produk (Y) dapat dilihat bahwa persentase terendah terdapat pada item 10 yang menyatakan bahwa “karyawan KFC melayani pelanggan dengan ramah”. Hasil dari responden menyatakan bahwa 10 responden (33,3%) menyatakan sangat setuju, 10 responden (33,3%) menyatakan setuju, 6 responden (20%) menyatakan cukup setuju, 4 responden (13,4%) menyatakan kurang setuju. Sementara persentase tertinggi terdapat pada item 5 yang menyatakan “KFC memiliki fasilitas pesan antar atau delivery order untuk memudahkan pelanggan”. Hasil dari responden menyatakan bahwa 13 responden (43,3%) menyatakan sangat setuju, 14 responden (46,7%) menyatakan setuju, 2 responden (6,7%) menyatakan cukup setuju, dan 1 responden (3,3%) menyatakan kurang setuju.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab terakhir ini akan ditarik kesimpulan dan saran yang dapat berguna bagi pihak yang berkepentingan terutama untuk KFC Medan.

Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan pada penelitian ini sesuai bukti dan data yang diteliti. Dari pengujian korelasi menunjukkan hasil 0,627 dengan jumlah sampel sebanyak 30 orang, maka $0,627 > 0,5$. Nilai korelasi positif artinya terjadi hubungan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan, yang berarti jika kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan juga semakin tinggi dan hubungan diantara keduanya positif. Hasil uji determinasi menunjukkan 39,3%, dan 60,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Alat ukur penelitian yang digunakan peneliti adalah regresi linier sederhana yang bertujuan untuk mencari pengaruh variabel bebas / kualitas produk (X) terhadap variabel terikat / kepuasan pelanggan (Y). Hasil dari pengujian regresi linier sederhana menunjukkan hasil $Y = 21,915 + 0,534X$, dimana setiap kualitas produk mengalami kenaikan satu satuan, maka kepuasan pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0,534 satuan. Pada pengujian hipotesis menghasilkan nilai sebesar 0,039 yang berarti $< 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti adanya pengaruh kualitas produk terhadap tingkat kepuasan pelanggan restoran cepat saji KFC cabang Asia Mega Mas Medan.

Dari hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk yang disajikan akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada restoran cepat saji KFC cabang Asia Mega Mas Medan

Saran

Dari penelitian ini, peneliti memberikan saran-saran untuk menjadi pertimbangan pihak KFC agar lebih maju dan berkembang. Sarannya sebagai berikut :

Berdasarkan hasil dari indikator daya tahan (bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan segar pilihan), didapatkan bahwa pihak KFC harus lebih memastikan tingkat kesegaran produk yang disajikan, dengan demikian pelanggan akan merasa bahwa tingkat produk yang disajikan kepada pelanggan sangat fresh.

Berdasarkan hasil dari indikator tampilan produk (makanan dan minuman KFC disajikan dengan sangat unik), didapatkan bahwa tampilan tidak menjamin pelanggan puas apabila rasa yang didapatkan kurang, dengan demikian pelanggan akan merasa puas disaat rasa produk tersebut enak juga dengan tampilan yang unik.

REFERENSI

- Dr. Wibowo, S.E. , M.Phil. (2007). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fandy Tjiptono , Ph.D, Anastasia Diana. (2015). *Pelanggan Puas? Tidak Cukup!* Yogyakarta: Andi Publisher.
- Fandy Tjiptono, Ph.D, Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality and Satisfaction Edisi : 3*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Ir. Syofian Siregar, M. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Ir. Syofian Siregar, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ir. Syofian Siregar, M. (2012). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ir. Syofian Siregar, M. (2014). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Richard F. Gerson, P. (2010). *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM-Bisnis 2030.
- Sugiyono, P. D. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, v. W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.