



Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Marini Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah

Ni Made Evi Puspita Yanti

Universitas Terbuka

Andi Amri

Universitas Muhammadiyah Prof DR HAMKA

Alamat: Jl.Poros Majene, Lembang, Banggae Timur, Kabupaten Majene, Sulawesi Barat

Korespondensi penulis: evhyyanthy3496@gmail.com

Abstract.

Consumers are the primary focus of any business operation. All marketing activities are tailored based on the needs and desires of consumers. Business competition is based on how product quality is demonstrated to consumers. Each individual naturally has different desires. Running a business requires achieving customer satisfaction as a form of consumer assessment of the business. Four indicators regarding the service quality at Marini's restaurant were rated as "excellent" by customers. Marini's has implemented high-quality service, which has successfully attracted consumer interest. The restaurant has earned exceptional consumer loyalty, evidenced by the four indicators that customers rated highly. This is a testament to how service quality can lead to customer satisfaction and directly influence customer loyalty. Enhancing customer loyalty aims to ensure customers do not shift their patronage to other restaurants.

Keywords: Consumer, Loyalty, Service quality

Abstrak.

Konsumen merupakan objek utama jalannya sebuah usaha. Segala kegiatan pemasaran yang diterapkan berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Persaingan usaha didasarkan kepada bagaimana menunjukkan kualitas produk kepada konsumen. Setiap individu tentunya memiliki keinginan yang berbeda. Menjalankan sebuah usaha atau bisnis perlu mendapatkan kepuasan konsumen sebagai bentuk penilaian konsumen terhadap usaha yang dijalankan. penilaian konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diterapkan rumah makan Marini, 4 indikator yang ditanyakan berada pada kategori sangat baik. Rumah makan Marini telah menerapkan kualitas pelayanan dengan baik sehingga dapat menarik minat konsumen. rumah makan Marini mendapatkan loyalitas konsumen dengan sangat baik hal ini dilihat dari 4 indikator yang menjadi penilaian responden memberikan nilai sangat baik sebagai bentuk dampak dari kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan konsumen berjalan lurus dengan loyalitas konsumen. Meningkatkan loyalitas konsumen bertujuan agar konsumen tidak berpindah ke rumah makan lain.

Kata kunci: Konsumen, Kualitas Pelayanan, Loyalitas

Received Mei 29, 2024; Revised Juni 2, 2024; Juli 2, 2024

*Corresponding author, e-mail address

LATAR BELAKANG

Konsumen merupakan objek utama jalannya sebuah usaha. Segala kegiatan pemasaran yang diterapkan berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Persaingan usaha didasarkan kepada bagaimana menunjukkan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Setiap individu tentunya memiliki keinginan yang berbeda (Dolorosa et al., 2023). Selain untuk mendapatkan keuntungan, tujuan jalannya sebuah usaha atau bisnis juga sebagai perantara pemenuhan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda. Keberagaman keinginan konsumen dapat diantisipasi dengan memberikan berbagai penawaran menarik sebagai pertimbangan dalam memilih produk yang digunakan sehari-hari (Alfi Faeruzza & Soliha, 2022).

Tercapainya pilihan konsumen terhadap produk yang ditawarkan bukan merupakan tujuan akhir suatu usaha melainkan bagaimana memberikan penawaran kepada konsumen sehingga pembelian berulang akan dilakukan atau kembali memiliki kepada produk yang sama ditawarkan (Kualitas Layanan et al., 2022). Sikap pembelian berulang oleh konsumen tersebut disebut sebagai loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen sebagai salah satu faktor penting jalannya sebuah usaha. Persaingan usaha akan semakin ketat di era perkembangan zaman dan teknologi, maka dari itu perlu adanya strategi untuk mendapatkan loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan agar dapat bertahan dari persaingan usaha atau bisnis (Saipuloh, 2023).

Menjalankan sebuah usaha atau bisnis perlu mendapatkan kepuasan konsumen sebagai bentuk penilaian konsumen terhadap usaha yang dijalankan (Pelayanan & dan Loyalitas Pelanggan, n.d.). Sebagai objek utama sebuah bisnis, kebutuhan konsumen selalu menjadi pertimbangan dan capaian target bagi pelaku usaha. Mengikuti perkembangan zaman, kebutuhan konsumen juga akan mengalami perubahan disetiap zamannya. Memberikan promosi dan informasi kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan dapat menarik minat konsumen sebelum mengambil Keputusan kepada produk yang ditawarkan (Lalang et al., n.d.)

Selain dari kualitas produk yang ditawarkan, konsumen yang mendapatkan kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen yang merasakan pelayanan yang baik akan menyimpan kesan positif terhadap apa yang ditawarkan (Ayu Gede Intan Sawitri et al., n.d.). Kualitas pelayanan dapat memberikan

Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Marini Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah

kesan baik bagi konsumen yang kemudian dapat berpotensi konsumen akan melakukan pembelian berulang yang disebut loyalitas konsumen. Menerapkan pelayanan yang berkualitas akan memberikan dampak positif terhadap usaha atau bisnis yang dijalankan. Salah satu usaha yang sangat memerlukan kualitas pelayanan yaitu usaha rumah makan (Daga, 2017).

Hubungan sosial yang dimiliki manusia akan memberikan interaksi sesama manusia yang saling memberikan informasi. Kepuasan satu konsumen terhadap suatu produk atau usaha dapat memberikan informasi dan kesan baik bagi konsumen yang kemudian dapat dijadikan informasi positif kepada konsumen lain (Rizaldy Insan Baihaqqy, n.d.). Penilaian positif konsumen satu akan mengantarkan informasi positif ke konsumen lainnya. Kesan positif yang didapatkan konsumen tersebut dapat menarik minat konsumen lain. Semakin banyak informasi baik yang didapatkan konsumen semakin luas cakupan konsumen yang terjangkau. Dengan demikian perkembangan sebuah usaha akan semakin terlihat (Mentang et al., 2021)

Menarik minat konsumen tentunya memerlukan strategi yang sangat matang dan konsisten. Selain menawarkan produk yang berkualitas memberikan pelayanan yang berkualitas juga merupakan bentuk strategi dalam menarik minat konsumen. Beberapa usaha mungkin saja tidak begitu memikirkan kualitas pelayanannya tetapi terdapat beberapa jenis usaha yang sangat penting untuk menerapkan kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan sangat mempengaruhi jalannya usaha (Cesariana et al., n.d.)

Usaha rumah makan merupakan usaha yang memerlukan keterampilan dan strategi yang baik dalam pengelolaannya. Rumah makan tidak hanya sebagai usaha untuk mendapatkan keuntungan melainkan juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Usaha rumah makan menyediakan berbagai pilihan makanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Tidak hanya dari kualitas produknya, usaha rumah makan juga sangat bergantung kepada kualitas pelayanannya untuk menarik minat dan loyalitas konsumen. Pelayanan yang baik pada sebuah usaha rumah makan, sangat diperlukan dikarenakan segala aktivitas di rumah makan dimulai sejak konsumen memasuki rumah makan hingga konsumen meninggalkan rumah makan memerlukan pelayanan yang baik untuk memberikan kesan kepada konsumen (Lalang et al., n.d.2020) .

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan usaha rumah makan semakin meningkat. Tingginya daya saing dalam menjalankan sebuah usaha menuntut untuk terus menentukan strategi agar dapat bertahan ditengah persaingan. Peran Sumber daya manusia dalam peningkatan kualitas usaha sangat dibutuhkan (Hidayat et al., 2023). Usaha yang bergerak dibidang kuliner atau penyediaan makanan, memerlukan cita rasa yang berkualitas. Selain cita rasa, kualitas pelayanan dalam mengelola usaha juga sangat penting untuk diketahui. Memberikan pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan kepercayaan konsumen yang kemudian akan berdampak pada peningkatan usaha ditengah persaingan (Aryani dan Febriana, 2017).

Pada penelitian Kamal (2022) telah dijelaskan bagaimana pengaruh memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap kepuasan konsumen rumah makan. Namun, pada penelitian tersebut belum dibahas mengenai bagaimana loyalitas konsumen pada rumah makan tersebut. Untuk mengatasi masalah persaingan usaha yang semakin meningkat, kepuasan konsumen rumah makan perlu diperhatikan. Konsumen akan merasa puas apabila diberikan produk dan pelayanan yang berkualitas. Kepuasan konsumen akan meningkatkan loyalitas konsumen dimana loyalitas konsumen sangat dibutuhkan agar usaha rumah makan dapat bertahan dan terus berkembang.

Pada penelitian sebelumnya, membahas bagaimana pengaruh kualitas pelayanan untuk mendapatkan kepuasan konsumen rumah makan. Dengan menggunakan metode yang sama, penelitian ini juga akan membahas mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan. Akan tetapi, penelitian terdahulu tidak membahas lebih lanjut mengenai loyalitas konsumen rumah makan setelah menerapkan kualitas pelayanan. Beranjak dari hal tersebut, lebih lanjut akan membahas bagaimana kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan konsumen loyalitas konsumen dapat ditingkatkan.

Salah satu usaha rumah makan di Kecamatan Topoyo yaitu rumah makan Marini. Rumah makan Marini merupakan salah satu rumah makan yang cukup banyak memiliki pelanggan yang sering berkunjung. Beberapa tahun jalannya usaha rumah makan ini dapat menarik cukup banyak konsumen atau pelanggan yang sering berkunjung. Dari usaha rumah makan ini perlu diketahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap

Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Marini Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah

loyalitas konsumen yang datang ke rumah makan Marini untuk dijadikan pertimbangan agar rumah makan ini dapat bertahan ditengah persaingan usaha yang ada.

Penulisan Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas konsumen rumah makan. Selain itu, juga perlu diketahui strategi pelayanan yang baik untuk menarik minat dan loyalitas konsumen rumah makan sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi dalam menarik minat konsumen terhadap usaha rumah makan Marini yang terletak di Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini secara khusus menggunakan analisis statistik induksi *inference* pada penelitian kuantitatif eksplanatori (pengujian) menurut (Firmansyah et al., 2021) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang melakukan pendekatan positivisme yang menjelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan loyalitas konsumen rumah makan Marini Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah.

Populasi pada penelitian ini yaitu 900 orang perbulannya. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan hasil perhitungan didapatkan 42 orang sebagai responden. Teknik Probability sampling digunakan oleh penulis dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Dimana *simple random sampling* menurut (Mulyadi, 2011) merupakan pengambilan sampel yang dilakukan tanpa melihat strata dari populasi secara acak.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui mengamati secara langsung lokasi penelitian.
2. Wawancara metode untuk mengumpulkan data dengan mewawancarai langsung konsumen yang memenuhi kriteria sebagai responden, dalam hal ini nama responden, tanggapan atau penilaian mereka tentang pelayanan yang diterapkan oleh Rumah Makan Marini dengan menggunakan kuesioner.

3. Dokumentasi yaitu metode mengumpulkan data oleh peneliti dengan mengumpulkan dokumen-dokumen terkait topik penelitian dan konsumen Rumah Makan Marini Topoyo.
4. Studi Pustaka merupakan kegiatan mengumpulkan dan mendapatkan informasi-informasi mengenai kualitas pelayanan yang ada di Rumah Makan Marini Topoyo.

Analisis data yang penulis gunakan untuk penelitian ini yaitu skala likert dimana pemberian skor untuk masing-masing pernyataan adalah skor 5 apabila responden sangat setuju, skor 4 jika responden setuju, 3 ketika responden memilih netral, 2 untuk responden yang tidak setuju dan skor 1 untuk jawaban responden yang sangat tidak setuju (Magister et al., n.d.). Skala likert digunakan untuk mengetahui bagaimana persepsi atau pendapat konsumen mengenai suatu topik atau peristiwa berdasarkan topik yang dibahas oleh peneliti (Budiaji et al., 2013). Interval jarak antar opsi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Interval Jarak Antar Opsi

No.	Interval Jarak Antar Opsi (%)	Keterangan
1	0 - 19,99	Sangat Tidak Setuju
2	20 – 39,99	Tidak Setuju
3	40 – 59,99	Netral
4	60 – 79,99	Setuju
5	80 – 100	Sangat Setuju

(Budiaji et al., 2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menerapkan pelayanan yang berkualitas akan menyimpan kesan yang positif bagi konsumen. Konsumen yang memiliki kesan baik terhadap suatu usaha rumah makan memiliki kemungkinan lebih besar untuk kembali datang berkunjung ke rumah makan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian berupa penyebaran kuisioner kepada responden, didapatkan hasil penilaian responden mengenai kualitas pelayanan rumah makan Marini, terdapat pada tabel 2 sebagai berikut.

**Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Marini
Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah**

**Tabel 2. Penilaian Responden Mengenai Kualitas Pelayanan Ruman Makan
Marini**

No.	Indikator	Skor	Index %	Keterangan
1	Tangibles	182	86,66	Sangat Setuju
2	Reabilty	179	85,23	Sangat Setuju
3	Responsiveness	184	87,61	Sangat Setuju
4	Emphaty	186	88,57	Sangat Setuju

Sumber : (Data Hasil Kuisisioner, 2024)

Hasil penelitian pada Tabel 2 menunjukkan penilaian konsumen mengenai kualitas pelayanan yang diterapkan rumah makan Marini, 4 indikator yang ditanyakan berada pada kategori sangat baik. Beranjak dari penilaian tersebut, rumah makan Marini telah menerapkan kualitas pelayanan dengan baik sehingga dapat menarik minat konsumen. Penerapan kualitas pelayanan ini dimaksudkan agar konsumen dapat menarik konsumen lainnya untuk datang dan berkunjung ke rumah makan Marini. Satu kesan baik yang diberikan kepada konsumen akan menarik kesan baik lainnya dari konsumen lain sehingga dapat memperluas jangkauan pelanggan yang menyukai rumah makan dan produk yang ditawarkan di rumah makan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh (Astuti, 2021), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen juga sangat erat kaitannya dengan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen hanya dapat terbentuk apabila rumah makan benar benar memberikan pelayanan dan menawarkan produk yang sesuai dan disukai oleh konsumen. Penilaian responden mengenai loyalitas konsumen rumah makan Marini terdapat pada Tabel 3.

**Tabel 3. Penilaian Responden terhadap Loyalitas Konsumen Rumah Makan
Marini**

No.	Indikator	Skor	Index (%)	Keterangan
1	Kenyamanan Konsumen	189	90	Sangat Setuju
2	Informasi Rumah Makan	181	86,19	Sangat Setuju
3	Pembelian Berulang	176	83,80	Sangat Setuju
4	Perilaku Pasca Berkunjung	187	89,04	Sangat Setuju

Sumber : (Data Hasil Kuisisioner, 2024)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa rumah makan Marini mendapatkan loyalitas konsumen dengan sangat baik hal ini dilihat dari 4 indikator yang menjadi penilaian dikategorikan pada kategori sangat setuju hal tersebut merupakan dampak

dari kualitas pelayanan yang memberikan kepuasan konsumen berjalan lurus dengan loyalitas konsumen. Meningkatkan loyalitas konsumen bertujuan agar konsumen tidak berpindah ke rumah makan lain. Hal ini sependapat dengan penelitian (Angelia & Rezeki, n.d.) yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen ditingkatkan agar pelanggan tidak berpindah pada usaha lain. Meningkatkan kualitas pelayanan memberikan pilihan konsumen untuk menjadi pelanggan pada produk atau usaha yang ditawarkan. Perilaku konsumen yang loyal dan melakukan pembelian secara rutin di satu rumah makan yang sama inilah yang disebut loyalitas konsumen.

Kualitas pelayanan yang diterapkan rumah makan Marini di Kecamatan Topoyo meliputi *Tangibles* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Tanggapan) dan *Empathy* (Perhatian). Penerapan kualitas pelayanan di rumah makan Marini Topoyo dapat dilihat sebagai berikut :

***Tangibles* (Bukti Fisik) untuk Kenyamanan Konsumen**

Rumah makan Marini di Kecamatan Topoyo menerapkan aspek *Tangible* atau bukti fisik dengan selalu menjaga kerapihan, kebersihan ruangan dan peralatan makan yang digunakan. *Tangible* berupa bukti langsung yang dapat dilihat oleh konsumen sebagai bentuk penilaian konsumen. Penerapan aspek ini akan memberikan kenyamanan kepada konsumen. Kenyamanan yang dirasakan konsumen merupakan bentuk loyalitasnya terhadap usaha rumah makan.

Mendapatkan rasa nyaman bagi konsumen memerlukan suatu usaha yang dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh konsumen. Sebaik apapun rasa makanan yang diberikan apabila tidak diimbangi dengan kebersihan, kerapihan dan keamanan bagi konsumen maka konsumen tidak akan merasa nyaman. Salah satu bentuk bukti fisik yang dapat dilihat langsung oleh konsumen yaitu penataan ruangan dan kebersihan rumah makan. Kesan yang dirasakan konsumen saat memasuki rumah makan akan mengarahkan konsumen untuk menilai secara langsung bagaimana pelayanan yang diberikan oleh karyawan (Latif et al., n.d.) .

***Reliability* (Keandalan) untuk Menyampaikan Informasi Kepada Konsumen**

Rumah makan Marini di Kecamatan Topoyo menerapkan aspek *Reliability* atau keandalan dengan memberikan informasi mengenai menu makanan yang tersedia dan

Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Marini Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah

melayani konsumen dengan baik. Karyawan yang handal akan lebih cekatan dalam melayani konsumen. Kehandalan karyawan inilah yang menjadi penilaian kepuasan konsumen sebagai bentuk kualitas pelayanan yang diterapkan rumah makan.

Konsumen dengan mudah memperoleh informasi mengenai rumah makan yang ingin dikunjungi merupakan bentuk kehandalan dari karyawan untuk melayani konsumen. Menyampaikan informasi kepada konsumen seputar menu makanan yang tersedia, memberikan saran menu yang bisa direkomendasikan kepada konsumen, dan aktif menanyakan kebutuhan konsumen adalah salah satu bentuk kualitas pelayanan. Konsumen menerima dengan baik informasi dari karyawan dan menangkap dengan baik penawaran-penawaran yang diberikan menjadi penilaian tentang bagaimana handalnya karyawan untuk mendapatkan loyalitas konsumen (Sukaesih et al., n.d.)

***Responsiveness* (Tanggapan) untuk Mendapatkan Kepercayaan Konsumen**

Penerapan aspek *Responsiveness* di rumah makan Marini Kecamatan Topoyo dilakukan dengan baik. Bentuk penerapan aspek ini yaitu karyawan cepat dan tanggap dalam melayani kebutuhan konsumen. Karyawan memberikan pelayanan dengan selalu berusaha melayani dengan cepat permintaan konsumen agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Kepercayaan konsumen akan terbangun dengan sikap karyawan yang cepat tanggap. Kepercayaan konsumen tersebut dilihat dari bagaimana konsumen akan kembali melakukan pembelian di warung makan setelah sekali berkunjung.

Pembelian berulang yang dilakukan konsumen sebagai bentuk loyalitasnya terhadap sebuah rumah makan. Respon cepat karyawan terhadap kebutuhan konsumen merupakan bentuk kualitas pelayanan dari segi *responsiveness* atau ketanggapan. Selain itu, menyediakan kebutuhan atau pesankan konsumen dengan tepat dan cepat menjadi bagian dari ketanggapan karyawan. Konsumen akan merasa senang apabila kebutuhannya selama di rumah makan dapat ditanggapi dengan baik oleh karyawan. Dengan sikap tanggap itulah konsumen akan menyimpan kepercayaan dan akan kembali memilih rumah makan yang sama dikemudian hari (Alexandro et al., 2021)

***Empathy* (Perhatian) untuk Memperoleh Kesan Baik Bagi Konsumen**

Rumah makan Marini di Kecamatan Topoyo menerapkan aspek *Empathy* dengan cara memberikan pelayanan yang ramah kepada konsumen serta menanggapi keluhan konsumen dengan sopan dan baik. Konsumen yang memiliki keluhan mengenai rumah makan baik itu produk makanan yang ditawarkan, kebersihan dan kenyamanan rumah makan akan ditanggapi dengan ramah dan sopan agar konsumen tidak merasa kecewa apabila terjadi kesalahan dalam pelayanan yang diberikan.

Menjalankan sebuah usaha rumah makan memerlukan keterampilan pelayanan yang baik agar konsumen merasa nyaman dan memberikan penilaian yang baik kepada konsumen lainnya. Sebagai makhluk sosial yang saling berkomunikasi, konsumen yang merasakan kualitas pelayanan di sebuah usaha dapat menjadi penyambung informasi kepada calon konsumen lain. Informasi positif yang dikeluarkan konsumen akan memberikan pengaruh positif kepada usaha rumah makan agar kiranya dari informasi positif tersebut dapat menarik lebih banyak konsumen. Konsumen akan merekomendasikan sebuah rumah makan kepada konsumen lain apabila didapatkan kesan yang baik selama mengunjungi rumah makan. *Empathy* akan membangun hubungan baik antara karyawan dan konsumen (Hamid1 et al., n.d.).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berjalan lurus dengan kepuasan konsumen yang kemudian menghasilkan loyalitas konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin konsumen akan merasa puas dan akan meningkatkan loyalitas konsumen. Penerapan aspek-aspek kualitas pelayanan pada sebuah usaha rumah makan diharapkan dapat menjadi dampak yang baik untuk meningkatkan kapasitas dan jangkauan rumah makan sehingga dapat terus berkembang dan bertahan di era persaingan usaha yang semakin pesat. Memahami pentingnya kualitas pelayanan untuk kepuasan konsumen menjadi langkah yang baik untuk sebuah usaha rumah makan. Sebagaimana rumah makan Marini menerapkan kualitas pelayanan dengan baik untuk mendapatkan loyalitas konsumen. Penerapan aspek kualitas pelayanan tidak mudah untuk dilaksanakan dengan baik karena banyaknya

Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Rumah Makan Marini Kecamatan Topoyo Kabupaten Mamuju Tengah

karakter konsumen yang berbeda-beda, maka dari itu perlu adanya aspek lain sebagai bahan pertimbangan lain untuk diterapkan.

DAFTAR REFERENSI

- Alexandro, R., Hariatama, F., & Norliana, E. (2021). Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi Analisis Kualitas Pelayanan pada Rumah Makan Panca Rasa Puruk Cahu. 9(2), 353–361. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/EKU>
- Alfi Faeruz, N., & Soliha, E. (2022). Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas.
- Angelia, V., & Rezeki, S. (n.d.). MAKAN ABENG 38 (Vol. 6, Issue 1).
- Astuti, Y. (2021). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN AYAM PENYET CABE IJO KOTA LANGSA. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1). <https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v5i1.2573>
- Ayu Gede Intan Sawitri, I., studi Manajemen, P., Ekonomi, F., & dan Pariwisata, B. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi I Gede Putu Kawiana (2) (Vol. 3, Issue 11).
- Budiaji, W., Fakultas, D., Universitas, P., Tirtayasa, A., Raya, J., Km, J., & Serang Banten, P. (2013). SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale). *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember*, 2(2), 127–133. <http://umbidharma.org/jipp>
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (n.d.). MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). 3(1), 2022. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Daga, R. (2017). Buku 1, Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. <https://www.researchgate.net/publication/334957485>
- Dolorosa, E., Julianti, F. D., & Suharyani, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Pengguna Aplikasi Belanja Online Tokokota). *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(6), 478–485. <https://doi.org/10.37149/jia.v8i6.903>
- Firmansyah, M., Dewa, I., & Yudha, K. (2021). Esensi Perbedaan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif (Vol. 3, Issue 2).
- Hamid1, R., Radji2, D. L., Ismail, Y. L., Manajemen, M. J., & Gorontalo, U. N. (n.d.). *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI* Pengaruh Empathy dan Responsiveness Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pelanggan.
- Hidayat, F., Riono, B., Kristiana, A., Dewi, I., Pengaruh, M.), Pelayanan, K., Produk, I., Pelanggan, K., Loyalitas, M., Pengaruh, P., Meningkatkan, U., Pelanggan, L.,

- Riono, S. B., Mulyani, I. D., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). and Product Innovation on Customer Satisfaction to Increase Customer Loyalty. In JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research (Vol. 1, Issue 3).
- Kualitas Layanan, P., Harga Dan Citra Perusahaan, P., Alfi Faeruzza, N., & Soliha, E. (2022). Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas.
- Lalang, D., Maro, L., & Onmay, W. T. (n.d.). Jurnal Saintek Lahan Kering (2020) International Standard of Serial Number 2622-1020 Damaris Lalang. Landerius Maro , Wehelmina T. Onmay/JSLK, 3(2), 29–34. <https://doi.org/10.32938/slk.v3i2.1216>
- Latif, M., Rohman, N., & Suji'ah, U. (n.d.). KEPUASAN KONSUMEN ATAS KUALITAS PELAYANAN RUMAH MAKAN GRIYA DAHAR MBOK SUM (Studi kasus pada konsumen Daerah Istimewa Yogyakarta) 1.
- Magister, M. W., Pendidikan, A., Kristen, U., & Wacana, S. (n.d.). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method).
- Mentang, J. J. J., Ogi, I. W. J., & Samadi, R. L. (2021). THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY TOWARD CONSUMER SATISFACTION AT MARINA HASH IN MANADO RESTAURANT THE COVID-19 PANDEMIC. Jurnal EMBA, 9, 680–690.
- Mulyadi, M. (2011). PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA (Vol. 15, Issue 1).
- Pelayanan, F., & dan Loyalitas Pelanggan, K. (n.d.). CRA.
- Rizaldy Insan Baihaqqy, M. (n.d.). Manajemen Pemasaran (Marketing Mix dan Loyalitas). <https://www.researchgate.net/publication/374004591>
- Saipuloh, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan di Hotel The Westin Jakarta. Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(9).
- Sukaesih, U., Anjani, R., Wahyudi, D., Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis Universitas Sahid Jakarta, F. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN KAKUNG SABLENG JAKARTA (Vol. 5, Issue 2).