

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HENI CATERING BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
sarjana pariwisata



Disusun oleh:

Azhar Yunus

1504068

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2019

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HENI CATERING BANDUNG**

Oleh:

Azhar Yunus

1504068

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Azhar Yunus

Universitas Pendidikan Indonesia

Agustus 2019

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan
dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HENI CATERING BANDUNG**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Pembimbing I



Reiza Miftah W., SST.Par.,
S.I.Kom., M. Sc
NIP. 19871224 201404 1 001

Pembimbing II



Ilham Fajri, MM. Par

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini., S.S., MM. Par
NIP. 19700320 200812 2 001

Mahasiswa



Azhar Yunus
NIM. 1504068

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Azhar Yunus

NIM : 1504068

Jurusan : Manajemen Industri Katering

Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan dengan sepenuhnya bahwa skripsi dengan judul: “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HENI CATERING BANDUNG” merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri serta seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia. Dengan demikian pernyataan ini saya buat.

Bandung, Agustus 2019

Penulis,

Azhar Yunus

1504068

ABSTRAK

Azhar Yunus, 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Heni Catering Bandung. Dosen Pembimbing I Reiza Miftah, M.Sc dan Dosen Pembimbing II Ilham Fajri, M.Par.

Perkembangan bisnis catering di Kota Bandung semakin meningkat, menyebabkan semua pengelola bisnis catering harus berusaha lebih baik dalam memberikan pelayanan dan produk kepada konsumen. Faktor penentu kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk, baik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen pada perusahaan Heni Catering di Kota Bandung. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan sampel sebanyak 140 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda menggunakan SPSS release 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen di Heni Catering.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Azhar Yunus, 2019. The Influence of the service quality and product quality on customer satisfaction at Heni Catering Bandung. Supervisor I Reiza Miftah, M.Sc and Supervisor II Ilham Fajri, M.Par.

The development of a catering business in Bandung City is increasing, causing all catering business managers should try to provide better services and products to consumers. Determining the consumer satisfaction factor is the quality of service and product quality. This research aims to determine the influence of quality of service and quality of products, both simultaneously and partially to consumer satisfaction in the company Heni Catering in Bandung City. The variables in this study were quality of service (X1), product quality (X2) and consumer satisfaction (Y). The study used a descriptive and verification method with a sample of 140 respondents. The data analysis method used was multiple linear regression using SPSS release 25.0.

The results showed that the influence of the quality of service and product quality are both simultaneous and partial to consumer satisfaction in Heni Catering.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HENI CATERING”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan besar kita semua Rasulullah Muhammad SAW.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) pada program pendidikan Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan penulis dalam penguasaan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas semua kebaikan semua pihak yang terlibat dan telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang Manajemen Industri Katering.

Bandung, Agustus 2019

Azhar Yunus

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT dengan segala rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Besar Rasulullah Muhammad SAW, Sang Pencerah Zaman. Shalawat dan salam semoga terlimpahkan kepada beliau.
3. Ibu dan Bapak, Ibu Chairil Mala dan Bapak Iwan Setiawan. Terima kasih atas doa yang tiada henti-hentinya, kasih sayang, didikan, nasehat-nasehat, dukungan baik moril maupun materil, serta pengorbanan yang begitu besar demi kelancaran studi dan skripsi penulis dengan penuh kesabaran dan keikhlasan. Terima kasih karena selalu berusaha memberikan yang terbaik bagi penulis, semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan membalas kebaikan Ibu dan Bapak.
4. Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohaman, M.Si., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
6. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par., selaku Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
7. Reiza Miftah, M.Sc., selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan saran dan masukan yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
8. Ilham Fajri, M.Par., selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah memberikan begitu banyak saran untuk menyempurnakan skripsi di Program Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia.
9. Dosen dan Staf Pengajar Program Manajemen Industri Katering yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta pengalamannya kepada penulis.

10. Kakak dan adikku tersayang, Kevin Rahmanda dan Hanum Salsabila serta seluruh keluarga terima kasih atas dukungannya kepada penulis.
11. Ibu Hj. Heni Asyani selaku owner Heni Catering yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan kerja paruh waktu kepada penulis di Heni Catering.
12. Sahabat-sahabat di Manajemen Industri Katering 2015, Hanif Rizqi selaku siasabri, Ghaza Naufal selaku gacol, Ghifa Rizaldie selaku masgif, Muhammad Iqbal selaku dono, Irfan Hilmi selaku munuay, Rizki Nurafsa selaku bro ikiw dan kita adalah pakcuwaw. Sahabat yang lain Oky Dwika, Rangga Aditya, Disma Marlina, Elyta Sri Indriani, Regina Aulia, Marissa Nurkhalisa, Trio Nugraha, dan terutama Rani Aprilyani yang selalu saling memberikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih atas kebersamaanya selama ini.
13. Teman seperjuangan di Manajemen Industri Katering 2015, Teman-teman Jantan MIK 2015, Sahabat Teater Bohlam 2015, Keluarga KKN Tegalluar, Teman SMAN 22 Bandung, Teman Warvnx, Kakak & Adik tingkat 2013, 2014, 2016 dan 2017 di Program Studi Manajemen Industri Katering, terima kasih atas saran dan dukungannya selama penyusunan skripsi ini.
14. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang sangat berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak bisa penulis sebut satu persatu.

Akhirnya dengan kerendahan hati penulis mempersembahkan karya tulis ini dengan menyadari kekurangan dan keterbatasan kemampuan penulis. Maka penulis memohon maaf atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan karena skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar ke depannya bisa lebih baik lagi.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi penulis juga para pembaca yang bergelut di bidang pariwisata.

Bandung, Agustus 2019

Azhar Yunus

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR PUSTAKA	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Pariwisata	8
2.1.2 Jasa Boga	8
2.1.2.1 Pengertian Jasa Boga/Katering	8
2.1.2.2 Klasifikasi Jasa Boga/Katering	9
2.1.2.3 Jenis-jenis Katering	10
2.1.3 Pemasaran	12
2.1.4 Kualitas Pelayanan	13
2.1.4.1 Servqual	13
2.1.5 Kualitas Produk	15
2.1.5.1 Kualitas Makanan	16
2.1.6 Kepuasan Konumen	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Pemikiran	20
2.4 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21

3.1	Objek dan Subjek Penelitian.....	21
3.2	Metode Penelitian.....	21
3.3	Operasional Variabel.....	22
3.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	28
	3.4.1 Populasi.....	28
	3.4.2 Sampel.....	28
	3.4.3 Teknik Sampling.....	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	30
	3.5.1 Jenis dan Sumber Data.....	31
	3.5.2 Instrumen Penelitian.....	31
3.6	Uji Instrumen.....	32
	3.6.1 Uji Validitas.....	32
	3.6.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.7	Rancangan Analisis Data.....	38
	3.7.1 Analisis Deskriptif.....	39
	3.7.2 Analisis Verifikatif.....	40
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	40
	3.8.1 Uji Normalitas.....	40
	3.8.2 Uji Linearitas.....	41
	3.8.3 Uji Multikolinearitas.....	41
	3.8.4 Uji Autokorelasi.....	42
	3.8.5 Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.9	Analisis Korelasi.....	42
	3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
	3.9.2 Uji Koefisien Korelasi.....	43
	3.9.3 Uji Koefisien Determinasi.....	44
3.10	Uji Hipotesis.....	44
	3.10.1 Uji Parsial (Uji t).....	45
	3.10.2 Uji Simultan (Uji f).....	45
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
	4.1.1 Sejarah Heni Catering.....	46

4.1.2	Sruktur Organisasi.....	47
4.2	Karakteristik dan Pengalaman Responden	47
4.2.1	Karakteristik Responden	47
4.2.2	Pengalaman Responden	48
4.3	Hasil Tanggapan Responden	49
4.3.1	Gambaran Kualitas Pelayanan di Heni Catering.....	49
4.3.1.1	Tanggapan Responden Terhadap Berwujud (<i>tangible</i>)	49
4.3.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Reliabilitas (<i>reliability</i>)...53	
4.3.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Ketanggapan (<i>responsiveness</i>).....	56
4.3.1.4	Tanggapan Responden Terhadap Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>).....	60
4.3.1.5	Tanggapan Responden Terhadap Empati (<i>empathy</i>)	63
4.3.1.6	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan.....	67
4.3.2	Gambaran Kualitas Produk di Heni Catering	69
4.3.2.1	Tanggapan Responden Terhadap <i>Flavour</i> (rasa).....	69
4.3.2.2	Tanggapan Responden Terhadap <i>Consistency</i> (kemantapan ketetapan)	72
4.3.2.3	Tanggapan Responden Terhadap <i>Texture/form/shape</i> (susunan bentuk/potongan)	76
4.3.2.4	Tanggapan Responden Terhadap <i>Visual appeal</i> (daya penarik lewat ketajaman mata)	79
4.3.2.5	Tanggapan Responden Terhadap <i>Aromatic appeal</i> (daya penarik lewat bau harum).....	83
4.3.2.6	Tanggapan Responden Terhadap <i>Temperature</i> (panas/suhu)	86
4.3.2.7	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk.....	90
4.3.3	Gambaran Kepuasan Konsumen di Heni Catering	92
4.3.3.1	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Kualitas Pelayanan	92

4.3.3.2	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Kualitas Produk	95
4.3.3.3	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen di Heni Catering	98
4.4	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	99
4.4.1	Hasil Uji Asumsi Klasik	99
4.4.1.1	Hasil Uji Asumsi Normalitas	99
4.4.1.2	Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas	101
4.4.1.3	Hasil Uji Asumsi Linearitas	102
4.4.1.4	Hasil Uji Asumsi Autokorelasi	103
4.4.1.5	Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas	104
4.4.2	Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi	105
4.4.2.1	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikasi Secara Simultan (Uji f)	107
4.4.2.2	Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikasi Secara Parsial (Uji t)	108
4.4.2.3	Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Berganda	109
4.5	Hasil Temuan	110
4.6	Pembahasan	111
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Saran	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Distribusi Pendapatan Pariwisata Tahun 2014-2016	2
Tabel 1.2	Data Omzet Heni Catering Tahun 2016-2018	3
Tabel 2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1	Operasional Variabel	22
Tabel 3.2	Jumlah Pemesanan <i>Event</i> Heni Catering Tahun 2018	28
Tabel 3.3	Tabel Isac dan Michael Untuk Penentuan Jumlah Sampel	29
Tabel 3.4	Tabel Skala Likert	32
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	33
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	38
Tabel 3.7	Skor Alternatif Jawaban Pernyataan Variabel X dan Y	39
Tabel 3.8	Kriteria Penafsiran Perhitungan Responden	40
Tabel 3.9	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	44
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia	48
Tabel 4.2	Pengalaman Responden	49
Tabel 4.3	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi Berwujud (<i>tangible</i>)	50
Tabel 4.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi Berwujud (<i>tangible</i>)	51
Tabel 4.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi Reliabilitas (<i>reliability</i>)	53
Tabel 4.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi Reliabilitas (<i>reliability</i>)	55
Tabel 4.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	57
Tabel 4.8	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi Ketanggapan (<i>responsiveness</i>)	58
Tabel 4.9	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>)	60
Tabel 4.10	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>)	62

Tabel 4.11	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi Empati (<i>empathy</i>)	64
Tabel 4.12	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi Empati (<i>empathy</i>)	65
Tabel 4.13	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan di Heni Catering	67
Tabel 4.14	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi <i>Flavour</i>	69
Tabel 4.15	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi <i>Flavour</i>	71
Tabel 4.16	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi <i>Consistency</i>	73
Tabel 4.17	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi <i>Consistency</i>	74
Tabel 4.18	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi <i>Texture</i>	76
Tabel 4.19	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi <i>Texture</i>	78
Tabel 4.20	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi <i>Visual Appeal</i>	80
Tabel 4.21	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi <i>Visual Appeal</i>	81
Tabel 4.22	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi <i>Aromatic Appeal</i>	83
Tabel 4.23	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi <i>Aromatic Appeal</i>	85
Tabel 4.24	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Harapan dimensi <i>Temperature</i>	87
Tabel 4.25	Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kenyataan dimensi <i>Temperature</i>	88
Tabel 4.26	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk di Heni Catering	90

Tabel 4.27 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Kualitas Pelayanan	92
Tabel 4.28 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Kualitas Produk	95
Tabel 4.29 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Konsumen di Heni Catering.....	98
Tabel 4.30 Hasil Uji Asumsi Normalitas	101
Tabel 4.31 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas Rank Spearman.....	102
Tabel 4.32 Hasil Uji Asumsi Linearitas	103
Tabel 4.33 Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson.....	104
Tabel 4.34 Hasil Uji Multikolinearitas.....	105
Tabel 4.35 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	105
Tabel 4.36 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.....	106
Tabel 4.37 Output Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Heni Catering	106
Tabel 4.38 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	107
Tabel 4.39 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t).....	108
Tabel 4.40 Model Regresi Berganda	109

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Omzet Heni Catering Periode Tahun 2016-2018	4
Gambar 1.2	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan	6
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1	Garis <i>Normal Probability Plot</i>	41
Gambar 4.1	Logo Heni Catering	46
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Heni Catering	47
Gambar 4.3	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi Berwujud (<i>tangible</i>) di Heni Catering	51
Gambar 4.4	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi Berwujud (<i>tangible</i>) di Heni Catering	52
Gambar 4.5	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi Reliabilitas (<i>reliability</i>) di Heni Catering	54
Gambar 4.6	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi Reliabilitas (<i>reliability</i>) di Heni Catering	56
Gambar 4.7	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) di Heni Catering	58
Gambar 4.8	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi Ketanggapan (<i>responsiveness</i>) di Heni Catering	59
Gambar 4.9	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) di Heni Catering	61
Gambar 4.10	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi Jaminan dan kepastian (<i>assurance</i>) di Heni Catering	63
Gambar 4.11	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi Empati (<i>empathy</i>) di Heni Catering	65
Gambar 4.12	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi Empati (<i>empathy</i>) di Heni Catering	66
Gambar 4.13	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan di Heni Catering	68

Gambar 4.14	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi <i>Flavour</i> di Heni Catering.....	70
Gambar 4.15	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi <i>Flavour</i> di Heni Catering.....	72
Gambar 4.16	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi <i>Consistency</i> di Heni Catering	74
Gambar 4.17	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi <i>Consistency</i> di Heni Catering	75
Gambar 4.18	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi <i>Texture</i> di Heni Catering	77
Gambar 4.19	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi <i>Texture</i> di Heni Catering	79
Gambar 4.20	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi <i>Visual Appeal</i> di Heni Catering	81
Gambar 4.21	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi <i>Visual Appeal</i> di Heni Catering	82
Gambar 4.22	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi <i>Aromatic Appeal</i> di Heni Catering	84
Gambar 4.23	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi <i>Aromatic Appeal</i> di Heni Catering	86
Gambar 4.24	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Harapan dimensi <i>Temperature</i> di Heni Catering.....	88
Gambar 4.25	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dimensi <i>Temperature</i> di Heni Catering.....	89
Gambar 4.26	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk di Heni Catering.....	91
Gambar 4.27	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Kualitas Pelayanan di Heni Catering.....	94
Gambar 4.28	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Kualitas Produk di Heni Catering	97
Gambar 4.29	Garis Kontinum Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen di Heni Catering.....	99

Gambar 4.30 Histogram Dependent Variabel Kepuasan Konsumen Heni Catering	100
Gambar 4.31 Hasil Uji Asumsi Normalitas Menggunakan <i>Normal Probability Plot</i>	100

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Artikel Jurnal:

- Abdullah, D. N. M. A., & Rozario, F. (2009). Influence of Service and Product Quality towards Customer Satisfaction: A Case Study at the Staff Cafeteria in the Hotel Industry. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*.
- Akdon & Riduwan. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Arianto, M., & Mahmudah, N. (2016). ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN DI JATIROSO CATERING SERVICE. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v1i2.267>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bailia, J. F. ., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-warung Makan Lamongan di Kota Manado. *EMBA*, 2(3), 1768–1780.
- Damodar, G. (2012). *Basic Econometrics (Ekonometrika Dasar)* (5th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Danang, S. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Ekawatiningsih, P., Komariah, K., & Purwanti, S. (2008). *Restoran Untuk Sekolah Menengah Kejuruan Jilid 1*.
- Fadiati, A. (2011). *Mengelola Usaha Jasa Boga yang Sukses*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Fiani, M., & Japarianto, E. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Ganep's di Kota Solo. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN Vol. 1, No. 1, (2012) 1-6*. <https://doi.org/10.1103/PhysRevB.47.334>
- Fitria, H., & Kaswara, R. A. (2009). *Buku Pintar Berbisnis Katering*. Jakarta: Transmedia.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Tujuh). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grigaliūnaitė, V., & Pilelienė, L. (2014). CUSTOMER SATISFACTION WITH CATERING SERVICES IN LITHUANIA. *Regional Formation and*

Development Studies. <https://doi.org/10.15181/rfds.v11i3.611>

- Harjanto, R. N. (2010). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*.
- Huda, A. N., & Wahyuni, S. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta. *Business and Management Review*, 2(2).
- Kardigantara, S. (2006). *Diktat :Operasional Katering*. Bandung: STPD.
- Kotler and Keller. (2009). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Expedisi Di Surabaya. *Ilmu & Riset Manajemen*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga. <https://doi.org/10.1002/mus.22001>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles Of Marketing* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management/Philip Kotler, Kevin Lane Keller*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Penerbit Salemba.
- Marpaung, H., & Bahar, H. (2000). *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Marsum, W. . (2005). *Restaurant dan segala Permasalahannya*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Marthianus, J., Charisma Wararag, P., & Jokom, R. (2016). Pengaruh Restoran Atmosfer, Kualitas Makanan dan Layanan Terhadap Perceived Value Konsumen Restoran De Soematra Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 4(2).
- Montung, P., Sepang, J., & Adare, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Nazir, M. (2013). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Noor, D. J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Peristiwati, D., & Budiyanto, B. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cyclo Cafe di Sidoarjo. *Ilmu & Riset Manajemen*, 4(9).

- Prasastono, N., Sri, D., & Pradapa, Y. F. (2012). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken Semarang Candi. *Dinamika Kapariwisata*.
- Prayitno. (2010). *Layanan Bimbingan Kelompok dan Konseling Kelompok*. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas*. Yogyakarta: EKONISIA.
- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–9.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ryu, K., Lee, H. R., & Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Santoso, S. (2012). *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sasongko, F., & Subagio, H. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Ayam Penyet Ria. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sjahmien, M. (1992). *Penyelenggaraan Makanan Institusi Dan Jasa Boga*. *Bhratara*. <https://doi.org/10.1021/ol0156188>
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. (2013). Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Sugiyono. (2008). Pengerian data sekunder. In *Metode Penelitian bisnis*.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. (2008). *Kepuasan Pelanggan*. PT. Erlangga, Indonesia.
- Tjiptono, F. (2012). Service management: mewujudkan layanan prima / Fandy Tjiptono. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima / Fandy Tjiptono*. <https://doi.org/10.1519/JPT.0b013e31826e7d33>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi Keempat)*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Wahyudi, S. . (2017). *Statistika Ekonomi Konsep, Teori, dan Penerapan*. Malang: UB Press.

Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika Terapan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.