

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KECEPATAN LAYANAN DAN SUASANA RESTORAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RICHEESE FACTORY DI GRANDWISATA BEKASI

Putri Eka Gianti^{1*}, Riski Indah Pratama², Siti Aisyah³, Fia Amalia⁴, Asral⁵

¹²³⁴⁵Universitas Pelita Bangsa, Jawa Barat, Indonesia

*Correspondence Author Email: ekap2808@gmail.com

Abstrak

Salah satu makanan yang disukai di perkembangan zaman sekarang ini yaitu makanan cepat saji, bahkan sekarang semakin populer dikalangan semua orang yang memenuhi kebutuhan dan memiliki waktu yang senggang untuk mencoba di restoran tersebut. Persaingan bisnis restoran cepat saji (*fast food*) semakin sengit. Hal ini terlihat dalam menyajikan produk makanan cepat saji seperti ayam goreng. Restoran yang akan diteliti saat ini yaitu makanan cepat saji yang identik dengan ayam pedasnya yang memiliki level 0-5 yaitu Richeese Factory. Dilihat dari perkembangan Richeese Factory mengalami kenaikan loyalitas pelanggan di Grandwisata Bekasi. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kecepatan layanan dan suasana restoran terhadap loyalitas pelanggan pada Richeese Factory di Grandwisata Bekasi. Jumlah sampel 100 orang Responden dengan purposive sampling. Sumber data yang digunakan untuk penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang sudah valid dan reliabel serta sudah lolos melewati uji asumsi klasik, untuk melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda melalui aplikasi *Software SPSS* versi 26 sebagai alat pengujiannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, kecepatan layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, suasana restoran berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan berperan dalam mediasi pengaruh kualitas produk, kecepatan layanan, suasana restoran terhadap loyalitas pelanggan pada Richeese Factory di Grandwisata Bekasi.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kecepatan Layanan, Suasana Restoran, Loyalitas Pelanggan

Abstract

One of the favorite foods in today's development is fast food, even now it is increasingly popular among everyone who meets their needs and has free time to try at the restaurant. The competition in the fast food restaurant business is getting fiercer. This can be seen in serving fast food products such as fried chicken. The restaurant that will be studied at this time is fast food that is identical to its spicy chicken which has levels 0-5, namely Richeese Factory. Judging from the development of Richeese Factory, there has been an increase in customer loyalty at Grandwisata Bekasi. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, speed of service and restaurant atmosphere on customer loyalty at Richeese Factory in Grandwisata Bekasi. The number of samples was 100 respondents with purposive sampling. The data sources used for this study were collected through the distribution of questionnaires that were valid and reliable and had passed the classical assumption test, to conduct hypothesis testing using multiple linear regression tests through the SPSS version 26 software application as a testing tool. The results of this study show that product quality has a positive effect on customer loyalty, service speed has a positive effect on customer loyalty, restaurant atmosphere has a positive effect on customer loyalty, and plays a role in mediating the influence of product quality, service speed, and restaurant atmosphere on customer loyalty at Richeese Factory in Grandwisata Bekasi.

Keywords: Product Quality, Service Speed, Restaurant Atmosphere, Customer Loyalty

Article History:

Submitted: December 31, 2024

Revised: January 9, 2025

PENDAHULUAN

Industri restoran cepat saji terus mengalami perkembangan pesat di Indonesia. Perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya di kawasan urban, menjadi salah satu pendorong utama peningkatan permintaan terhadap makanan cepat saji. Mobilitas yang tinggi dan keterbatasan waktu membuat konsumen cenderung memilih opsi yang praktis dan efisien dalam memenuhi kebutuhan makan sehari-hari. Dalam konteks ini, restoran cepat saji tidak hanya berperan sebagai penyedia makanan, tetapi juga sebagai tempat yang menawarkan pengalaman makan yang nyaman dan cepat.

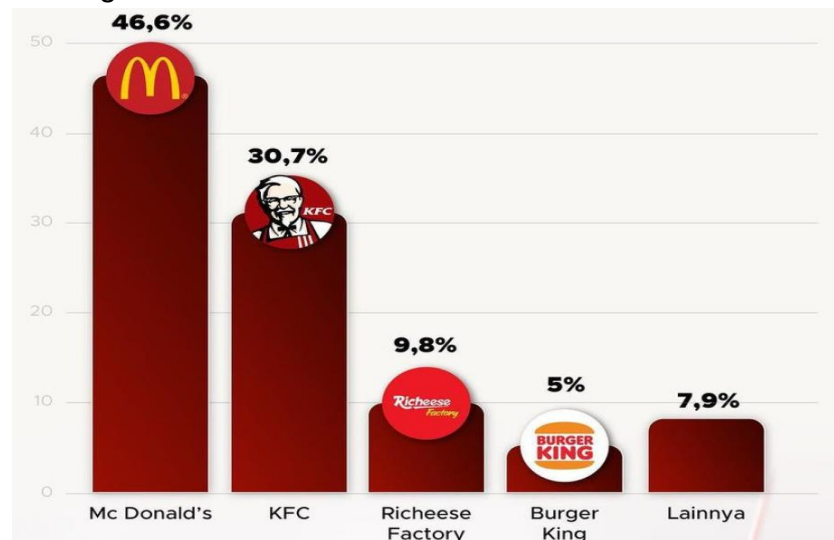
Richeese Factory, sebagai salah satu pemain utama dalam industri makanan cepat saji di Indonesia, memiliki ciri khas pada menu ayam goreng pedas dengan tingkat kepedasan yang dapat disesuaikan oleh pelanggan. Berdiri sejak tahun 2011, Richeese Factory telah berhasil mengembangkan usahanya hingga memiliki lebih dari 130 outlet di seluruh Indonesia. Di tengah persaingan yang semakin ketat, loyalitas pelanggan menjadi elemen kunci yang menentukan keberlanjutan bisnis restoran cepat saji. Loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kecepatan layanan dan suasana restoran.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Kecepatan layanan menjadi faktor penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang mengutamakan efisiensi waktu. Sementara itu, suasana restoran memainkan peran dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Kombinasi dari ketiga faktor ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya akan berdampak pada keberhasilan bisnis dalam jangka panjang.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan produk untuk memberikan nilai atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi keinginan pelanggan. Kualitas produk mencakup berbagai aspek, seperti daya tahan, keandalan, keindahan, dan konsistensi. Bearden et al. (1995) menambahkan bahwa kualitas produk adalah kombinasi atribut yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan kepuasan maksimal. Dalam konteks restoran cepat saji, kualitas produk mencakup rasa, kebersihan, dan kesegaran makanan yang disajikan.

Namun, penelitian yang secara khusus membahas hubungan antara kualitas produk, kecepatan layanan, dan suasana restoran terhadap loyalitas pelanggan di Richeese Factory, terutama di wilayah Grandwisata Bekasi, masih terbatas. Padahal, ketiga faktor ini memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Kualitas produk memastikan pelanggan mendapatkan nilai yang sesuai dengan harapan mereka, sementara kecepatan layanan memenuhi kebutuhan akan efisiensi waktu. Di sisi lain, suasana restoran memberikan kenyamanan yang mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Menciptakan pengalaman yang berkualitas dan konsisten, restoran diharapkan

mampu mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat. Ditambah terdapat banyak perusahaan yang bergerak dibidang restoran cepat saji juga, beberapa diantaranya kami mengambil beberapa contoh restoran cepat saji, diantaranya sebagai berikut:



(Gambar 1. Porsentase restoran cepat saji)

Sumber: Diambil dari berbagai sumber 2024

Kecepatan layanan menjadi faktor yang sangat penting dalam industri makanan cepat saji. Suhartanto dan Djatnika (2017) menyatakan bahwa kecepatan layanan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien dan tepat waktu. Menurut Zeithaml et al. (1990), layanan yang cepat dan tepat waktu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, terutama dalam situasi yang menuntut efisiensi. Restoran cepat saji seperti Richeese Factory harus memastikan layanan yang responsif dan cepat untuk mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar yang penuh persaingan.

Dari analisis di atas, terlihat adanya persaingan ketat di antara pelaku usaha dalam industri makanan cepat saji. Untuk memenangkan pangsa pasar, perusahaan harus mampu memenuhi dan melampaui harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi kunci utama, karena kepuasan yang tercipta tidak hanya meningkatkan peluang pembelian ulang tetapi juga berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Loyalitas ini menjadi elemen penting dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis, terutama di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Suasana restoran mencakup elemen-elemen fisik yang memengaruhi pengalaman pelanggan saat berkunjung. Walker (2009) mendefinisikan suasana sebagai efek langsung yang dirasakan pelanggan dari lingkungan restoran, baik secara sadar maupun tidak. Elemen suasana meliputi desain interior, tata letak, pencahayaan, kebersihan, dan kenyamanan tempat duduk. Penelitian Suhartanto et al. (2021) menunjukkan bahwa suasana restoran yang nyaman dapat menciptakan pengalaman positif yang mendorong loyalitas pelanggan.

Loyalitas pelanggan tidak hanya berkaitan dengan frekuensi kunjungan, tetapi juga dengan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas, konsistensi, dan nilai yang ditawarkan oleh suatu merek. Dalam konteks industri makanan cepat saji, kualitas

produk, kecepatan layanan, dan suasana restoran menjadi faktor strategis yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dengan latar belakang tersebut, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengelola restoran Richeese Factory, terutama di wilayah Grandwisata Bekasi, dalam meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas pelanggan di pasar yang semakin dinamis

Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk terus menggunakan atau merekomendasikan produk atau layanan tertentu. Griffin (2005) mengidentifikasi beberapa indikator loyalitas pelanggan, termasuk pembelian berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan ketidakberpindahan ke pesaing. Kotler dan Keller (2016) menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan adalah salah satu indikator keberhasilan jangka panjang dalam bisnis, terutama di industri dengan persaingan tinggi seperti makanan cepat saji.

Tujuan penelitian yang akan dicapai dalam studi ini adalah untuk mengetahui beberapa faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan di restoran cepat saji, khususnya di Richeese Factory Grandwisata Bekasi. Pertama, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kedua, penelitian ini juga ingin memahami pengaruh kecepatan layanan terhadap loyalitas pelanggan. Ketiga, suasana restoran sebagai salah satu aspek penting juga diteliti untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. Terakhir, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara simultan pengaruh kualitas produk, kecepatan layanan, dan suasana restoran terhadap loyalitas pelanggan di Richeese Factory Grandwisata Bekasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik variabel-variabel yang diteliti (Sugiyono, 2017) dalam hal ini yaitu kualitas produk, kecepatan layanan, suasana restoran, dan loyalitas pelanggan. Penelitian kausal, di sisi lain, bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat antara variabel independen (kualitas produk, kecepatan layanan, dan suasana restoran) dengan variabel dependen (loyalitas pelanggan) (Sekaran & Bougie, 2016).

Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antarvariabel secara sistematis dan objektif menggunakan data numerik. Selain itu, metode ini memanfaatkan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dengan tingkat keandalan yang tinggi (Creswell, 2014). Data penelitian dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden, yaitu pelanggan Richeese Factory Grandwisata Bekasi.

Hasil kuesioner kemudian dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26, yang mendukung pengolahan data secara efisien dan akurat. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh kualitas produk, kecepatan layanan, dan suasana restoran terhadap loyalitas pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, kecepatan layanan dan suasana restoran terhadap loyalitas pelanggan yang diolah menggunakan program SPSS versi 26 dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Uji Validitas mengukur sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur. Yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya di ukur. Hasil validitas ditunjukan dengan membandingkan antara r hitung dengan r table apabila r hitung lebih besar daripada r table maka dapat dikatakan variable yang diteliti telah valid, dengan Tingkat signifikan sebesar 0,03.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

No	Item Pertanyaan	R Hitung	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)					
1	Setiap konsumen merasa bahwa kualitas makanan di Richeese Factory konsisten.	0,712	Valid	0,728	Realibel
2	Setiap konsumen menikmati cita rasa makanan di Richeese Factory.	0,699	Valid		
3	Setiap konsumen merasa porsi makanan di Richeese Factory memadai.	0,703	Valid		
4	Setiap konsumen menemukan menu yang bervariasi di Richeese Factory.	0,712	Valid		
5	Setiap konsumen merasa bahwa makanan di Richeese Factory disajikan dalam keadaan segar.	0,702	Valid		
6	Setiap konsumen merasa bahwa makanan di Richeese Factory disajikan dengan presentasi yang menarik.	0,704	Valid		
7	Setiap konsumen merasa bahwa makanan di Richeese Factory memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya.	0,700	Valid		
8	Setiap konsumen merasa bahwa makanan di Richeese Factory disajikan dengan cepat.	0,719	Valid		
9	Setiap konsumen merasa puas dengan kehalalan makanan di Richeese Factory.	0,719	Valid		
10	Setiap konsumen merasa bahwa makanan di Richeese Factory memenuhi standar kesehatan.	0,714	Valid		

Sumber : Diolah oleh peneliti 2024

Uji Validitas variabel kualitas produk dilakukan terhadap 10 item pertanyaan karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung $> r$ table (Corrected item-Total Corelation $> 0,03$) maka seluruh item ditanyakan valid.

Hasil pengujian reabilitas menunjukkan bahwa koefisien (r) alpha hitung seluruh variabel lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang dipersyaratkan sebesar 0,60 sehingga dapat dikatakan seluruh variabel data keadaan reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

No	Item Pertanyaan	R Hitung	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan n
Kecepatan Layanan (X2)					
1	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory ramah dalam melayani.	0,728	Valid		
2	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory responsif terhadap permintaan.	0,726	Valid		
3	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory cepat dalam menangani pesanan.	0,727	Valid		
4	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory profesional dalam pelayanan.	0,724	Valid		
5	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory informatif dalam menjelaskan menu.	0,731	Valid		
6	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory teliti dalam menyajikan pesanan.	0,723	Valid	0,749	Realibel
7	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory menjaga kebersihan saat bekerja.	0,728	Valid		
8	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory memiliki sikap yang baik.	0,736	Valid		
9	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory memperhatikan detail dalam pelayanan.	0,731	Valid		
10	Setiap konsumen merasa bahwa karyawan Richeese Factory memberikan pelayanan dengan senyum.	0,733	Valid		

Sumber : Data diolah peneliti 2024

Uji Validitas variabel kecepatan layanan dilakukan terhadap 10 item pertanyaan karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung $> r$ table (Corrected item-Total Corelation $> 0,03$) maka seluruh item ditanyakan valid.

Hasil pengujian reabilitas menunjukkan bahwa koefisien (r) alpha hitung seluruh variabel lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang dipersyaratkan sebesar 0,60 sehingga dapat dikatakan seluruh variabel data keadaan reliabel (Harcahyo & Susanti, 2021).

Tabel 3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

No	Item Pertanyaan	R Hitung	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Suasana (X3)					
1	Setiap konsumen merasa bahwa suasana di Richeese Factory nyaman.	0,721	Valid	0,731	Realibel
2	Setiap konsumen merasa bahwa pencahayaan di Richeese Factory memadai.	0,72	Valid		
3	Setiap konsumen merasa bahwa kebersihan restoran di Richeese Factory terjaga.	0,701	Valid		
4	Setiap konsumen merasa bahwa dekorasi di Richeese Factory menarik.	0,713	Valid		
5	Setiap konsumen merasa bahwa tata letak di Richeese Factory memudahkan pergerakan.	0,711	Valid		
6	Setiap konsumen merasa bahwa suhu ruangan di Richeese Factory nyaman.	0,711	Valid		
7	Setiap konsumen merasa bahwa aroma di Richeese Factory menyenangkan.	0,707	Valid		
8	Setiap konsumen merasa bahwa kursi dan meja di Richeese Factory nyaman.	0,708	Valid		
9	Setiap konsumen merasa bahwa suasana di Richeese Factory cocok untuk bersantai.	0,723	Valid		
10	Setiap konsumen merasa bahwa kebersihan toilet di Richeese Factory memadai.	0,714	Valid		

Sumber : Data diolah peneliti 2024

Uji Validitas variabel suasana restoran dilakukan terhadap 10 item pertanyaan karena hasil uji mendapatkan nilai r hitung $> r$ table (Corrected item-Total Corelation $> 0,03$) maka seluruh item ditanyakan valid.

Hasil pengujian reabilitas menunjukkan bahwa koefisien (r) alpha hitung seluruh variabel lebih besar dibandingkan dengan kriteria yang dipersyaratkan sebesar 0,60 sehingga dapat dikatakan seluruh variabel data keadaan reliabel.

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas menggunakan *Uji Kologorov Smirnov* menunjukkan nilai *Asymp sig residual* sebesar $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan distribusi data regresi adalah bernilai normal. Hal ini juga didukung dan *Hasil Uji Histogram* diketahui bahwa grafik membentuk gunung atau lonceng, dan berdasarkan *Grafik P-P Plot Regresion* diketahui bahwa sebaran titik-titik nilai residual menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal.

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov* menunjukkan nilai *Asymp sig residual* sebesar $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan distribusi data regresi adalah bernilai normal. Hal ini juga didukung dan *Hasil Uji Histogram* diketahui bahwa grafik membentuk gunung atau lonceng, dan berdasarkan *Grafik P-P Plot Regresion* diketahui bahwa sebaran titik-titik nilai residual menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal.

Uji Multikolinieritas merupakan sebuah bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi linier berganda. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah kolerasi antara variabel independen, jika $VIF < 10$ maka tingkat multikolinieritas dapat ditoleransi.

Tabel 8. Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.081	3.525		.874	.385
X1_Kualitas_Produk	.179	.084	.179	2.129	.036
X2_Kecepatan_Layanan	.489	.088	.502	5.574	.000
X3_Suasana_Restoran	.259	.098	.240	2.638	.010

a. Dependent Variable: Y_Loyalitas_Pelanggan

Sumber : Data diolah peneliti 2024

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dihasilkan model persamaan sebagai berikut :

$$Y = 3,081 + 0,179(X_1) + 0,489(X_2) + 0,259(X_3)$$

Keterangan model :

1. Nilai konstanta (a) = 3,081. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya faktor Kualitas Produk (X_1), Kecepatan Layanan (X_2) dan Suasana Restoran (X_3) maka seluruhnya dianggap 0 (nol), maka keputusan pembelian pelanggan menunjukkan nilai konstanta sebesar 3,081.
2. Nilai koefisien (b_1) pada variabel (X_1) sebesar 0,179 menunjukkan bahwa desain produk dapat meningkatkan keputusan pembelian atau setiap ada kenaikan satu kali pada kualitas produk maka akan meningkat sebesar 0,050. Dan sebaliknya jika ada penurunan satu kali pada kualitas produk maka akan menurunkan kualitas produk sebesar 0,179 dengan asumsi lain adalah tetap.
3. Nilai koefisien (b_2) pada variabel (X_2) sebesar 0,489 menunjukkan bahwa kecepatan layanan dapat meningkatkan keputusan pembelian atau setiap ada kenaikan satu kali pada harga maka akan meningkat sebesar 0,489. Dan

sebaliknya jika ada penurunan satu kali maka kecepatan layanan akan menurun sebesar 0,489 dengan asumsi lain adalah tetap.

4. Nilai koefisien (β_3) pada variabel (X_3) sebesar 0,259 menunjukkan bahwa suasana restoran dapat meningkatkan loyalitas pelanggan atau setiap ada kenaikan satu kali pada suasana restoran maka akan meningkat sebesar 0,259. Dan sebaliknya jika ada penurunan satu kali pada suasana restoran maka akan menurun sebesar 0,259 dengan asumsi lain adalah tetap.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai di antaranya Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa konsistensi rasa, kebersihan, dan presentasi makanan di Richeese Factory memainkan peran penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Kecepatan layanan memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kecepatan dalam penyajian makanan dan pelayanan yang responsif menjadi faktor utama yang meningkatkan kepuasan pelanggan, khususnya di industri makanan cepat saji. Suasana restoran juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Elemen-elemen seperti kenyamanan, kebersihan, dan desain interior yang menarik menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan, sehingga pelanggan lebih cenderung untuk kembali. Secara simultan, kualitas produk, kecepatan layanan, dan suasana restoran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan dan mendorong loyalitas pelanggan di Richeese Factory Grandwisata Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, V. R., & Rahman, Y. M. (2022). Analisis pengaruh nilai dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dalam menentukan keunggulan bersaing pada Angkringan Kidul Lubuk Begalung. *Journal of Science Education and Management Business*, 1(3), 166–173.
- Bearden, W. O., Ingram, T. N., & LaForge, R. W. (1995). *Marketing: Principles and perspectives*. Chicago: Irwin.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Harcahyo, R. B., & Susanti, S. (2021). Pengaruh green product, servicescape, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada resto berbasis alam. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan*, 4(2), 210–218.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Suhartanto, D., & Djatnika, T. (2017). Service quality and customer satisfaction: A study on fast food restaurants. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 44–52.

- Suhartanto, D., Wibisono, D., & Gusti, A. (2021). The role of restaurant atmosphere on customer loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102939.
- Putri, D. A., & Setiawan, M. S. (2024). Studi literatur: Pengaruh kualitas fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Liu's Nelayan di Cemara Asri Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 321-330.
- Setiawan, M. U. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, standar grooming, dan kebersihan terhadap kepuasan pelanggan melalui citra merek pada MiniResto Dyno Chicken. *Universitas Pancasakti*.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach (7th ed.)*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.