ANALISIS KUALITAS PELAYANAN, KETEPATAN ORDER, KUALITAS RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WINGSTOP KUNINGAN CITY

Author

Valiza Putri Nurluthfiani
Universitas Indraprasta PGRI

Prasetio Ariwibowo

Vinandri Hapsari

Abstract

This study aims to analyze how service quality, order accuracy, and taste quality influence consumer purchasing decisions at Wingstop Kuningan City. A qualitative research method employing a case study approach was used. The informants consisted of five Wingstop Kuningan City employees directly involved in service operations and food presentation. Data collection was conducted through in-depth interviews, documentation, and observation. The results indicate that fast, friendly, and coordinated service creates a positive experience that enhances the restaurant's image. Order accuracy—supported by an organized ordering system and effective quality control—boosts customer trust. Meanwhile, consistent taste quality serves as a primary factor driving repeat purchases and fostering customer loyalty. The combination of these three factors creates a comprehensive experience that forms the basis of consumer purchasing decisions. Thus, it can be concluded that service quality, order accuracy, and taste quality collectively contribute to increased purchasing decisions at the Wingstop Kuningan City fast-food restaurant.

Keywords

Service Quality; Order Accuracy; Taste Quality; Purchase Decision

2025

Page

8 - 15

DOI

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana kualitas pelayanan, ketepatan order, dan kualitas rasa memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Wingstop Kuningan City. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Informan dalam penelitian ini terdiri dari lima karyawan Wingstop Kuningan City yang memiliki peran langsung dalam operasional pelayanan dan penyajian makanan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi.Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang cepat, ramah, dan terkoordinasi memberikan pengalaman positif yang membangun citra restoran. Ketepatan order yang didukung oleh sistem pemesanan yang rapi serta kontrol kualitas yang baik meningkatkan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, kualitas rasa yang konsisten menjadi faktor utama yang mendorong pembelian ulang dan membentuk loyalitas pelanggan. Kombinasi ketiga faktor ini menciptakan pengalaman menyeluruh yang menjadi dasar konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, ketepatan order, dan kualitas rasa secara bersama-sama berkontribusi terhadap peningkatan keputusan pembelian di restoran cepat saji Wingstop Kuningan City.

Kata kunci

Kualitas Pelayanan; Ketepatan Order; Kualitas Rasa; Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Pasar bisnis restoran saat ini sangat dinamis dan terus berkembang**.** Mulai dari perubahan gaya hidup, kemajuan teknologi, serta meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan kuliner telah membentuk suatu industri restoran yang sangat kompetitif. Konsumen semakin cerdas dan menuntut pengalaman makan yang unik dan memuaskan. Terutama di pasar bisnis restoran saat ini menawarkan peluang yang besar bagi pelaku bisnis yang inovatif dan mampu beradaptasi dengan perubahan. Dalam strategi harus ada kepercayaan dari konsumen (Fatimah, (2020). Karena kepercayaan yang tinggi antar individu dapat membentuk modal sosial yang kuat sehingga mampu membentuk jaringan sosial di dalam suatu kelompok.

Kepuasan konsumen membawa berbagai manfaat signifikan bagi restoran. Pelanggan yang puas cenderung menjadi loyal, kembali untuk menikmati pengalaman mereka dan merekomendasikan restoran kepada orang lain. Hal ini dapat menjadi dampak yang positif agar bisa meningkatkan daya tarik pembeli yang akan menarik lebih banyak pelanggan baru. Pelanggan yang puas lebih cenderung melakukan pembelian tambahan dan mencoba menu baru, yang akan memberikan peningkatan pada penjualan. Kepuasan konsumen bisa memberikan manfaat yang berharga yaitu dapat membantu restoran dengan menacari tahu adanya kekurangan, baik dalam layanan ataupun produk. Menurut Lupiyoadi & Buchari dalam Onata dan Mukaram (2023) Konsep kualitas layanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh lima unsur yang biasa dikenal dengan istilah "*RATER*" *(responsiveness, assurance, tangible, empathy dan reliability)*. Konsep kualitas layanan *RATER* intinya adalah membentuk sikap dan perilaku dari pengembang untuk memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, agar mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Inti dari konsep kualitas layanan adalah menunjukkan segala bentuk aktualisasi kegiatan pelayanan yang memuaskan orang-orang yang menerima pelayanan sesuai dengan daya tanggap *(responsiveness)*, menumbuhkan dengan adanya jaminan *(assurance),* menunjukkan bukti fisik *(tangible),* yang dapatdilihatnya, menurut empati *(empathy)* dari orang - orang yang memberikan pelayanan sesuai yang diberikan secara konsekuen untuk memuaskan yang menerima pelayanan.

Buchari Alma (2023) menyatakan bahwa harga merupakan nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. Harga dan kualitas restoran memiliki hubungan yang erat dalam menentukan kepuasan pelanggan dan juga sering menjadi faktor penentu dalam pembelian (Anwar, (2015). Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama walaupun harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, maka tinggi rendahnya harga ditentukan oleh kualitas makanan (Fatimah, (2020). Restoran yang menetapkan harga tinggi biasanya diharapkan menawarkan bahan makanan premium, pelayanan yang prima, serta suasana yang nyaman jika sebaliknya, restoran dengan harga yang lebih terjangkau harus tetap memberikan kualitas yang sesuai, baik dari segi rasa makanan, kebersihan, maupun kecepatan layanan. Jika harga yang dibayar tidak sebanding dengan kualitas yang diterima, pelanggan cenderung merasa kecewa dan mungkin enggan untuk kembali (Follett, (2018). Oleh karena itu,

restoran yang sukses harus bisa menyeimbangkan harga dengan kualitas secara bijak, agar pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang yang mereka keluarkan (Abadi, (2024).

METODE

Desain penelitian ini adalah analisis deskriptif, penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena yang terjadi di masa sekarang secara sistematis, faktual, dan akurat (Sugiyono, (2019). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kualitas pelayanan, ketepatan order, dan kualitas rasa terhadap keputusan pembelian di Wingstop Kuningan City.

Penelitian ini menggunakan metode survei eksplanatory. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa metode survei eksplanatory digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel melalui pengumpulan data langsung dari responden. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi.

Penelitian ini bersifat deskriptif *eksploratif*, yang bertujuan untuk menggali informasi mengenai pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, ketepatan order, dan kualitas rasa. Data yang dikumpulkan akan dianalisis secara tematik menggunakan langkah-langkah analisis data menurut Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Sugiyono, (2019).

HASIL

1. Analisis Tematik berdasarkan variabel penelitian

Pada bagian ini, analisis tematik dilakukan berdasarkan variabel utama dalam penelitian, yaitu kualitas pelayanan, ketepatan order, dan kualitas rasa. Temuan ini diperoleh dari wawancara mendalam dengan lima karyawan Wingstop Kuningan City yang memiliki peran berbeda dalam operasional restoran. Dengan pendekatan kualitatif, peneliti berupaya menggali pemahaman mendalam dari pengalaman dan pandangan para informan. Masing-masing informan memberikan penjelasan yang merefleksikan bagaimana variabel-variabel tersebut berperan dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

Analisis ini membantu menyatukan beragam perspektif dari masing-masing informan, sehingga dapat ditarik benang merah mengenai bagaimana dimensi pelayanan, akurasi order, dan rasa makanan membentuk pengalaman konsumen di Wingstop Kuningan City. Ketiga variabel ini saling berkaitan dan memberikan kontribusi signifikan terhadap persepsi pelanggan. Ketika kualitas pelayanan tinggi, order akurat, dan rasa makanan konsisten, pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang dan memberikan rekomendasi positif. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam dari sisi karyawan memberikan gambaran nyata atas bagaimana strategi dan operasional restoran dijalankan sehari-hari.

a. Kualitas layanan

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan lima orang karyawan,

termasuk *manager* restoran sebagai narasumber utama. Kualitas pelayanan menjadi aspek penting yang sangat menentukan kepuasan dan loyalitas pelanggan, terlebih di lokasi strategis seperti kawasan perkantoran yang menuntut efisiensi dan ketepatan waktu. Wawancara difokuskan pada pemahaman makna pelayanan yang baik, implementasi sehari-hari, hingga tantangan yang dihadapi dalam proses pemberian layanan. Pemaparan dilakukan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan kunci yang direspons oleh manajer dan didukung oleh pernyataan staf lainnya untuk memberikan gambaran yang utuh tentang budaya pelayanan di restoran tersebut.

b. Ketepatan Order

Ketepatan order merupakan salah satu elemen fundamental dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif di restoran cepat saji seperti Wingstop Kuningan City. Dalam proses operasional sehari-hari, akurasi dalam pemrosesan pesanan menjadi indikator keandalan layanan yang dapat memengaruhi tingkat kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Untuk itu, wawancara dengan *manger* restoran dan sejumlah karyawan dilakukan guna menggali bagaimana standar ketepatan order diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta peran komunikasi antardivisi dalam menjaga akurasi pesanan. Fokus pembahasan ini akan menguraikan pandangan Salma Fadillah Zahra selaku *manager* restoran, yang kemudian diperkuat dengan dukungan atau pandangan pelengkap dari empat karyawan lainnya.

c. Kualitas rasa

Kualitas rasa merupakan elemen kunci dalam industri kuliner yang tidak hanya memengaruhi kepuasan sesaat, tetapi juga menentukan loyalitas jangka panjang pelanggan. Dalam konteks operasional Wingstop Kuningan City, kualitas rasa dianggap sebagai fondasi utama yang harus dijaga secara konsisten. Wawancara dengan Salma Fadillah Zahra selaku manajer restoran serta empat karyawan lainnya mengungkapkan strategi dan pendekatan yang diterapkan dalam menjaga standar rasa, mulai dari pemilihan bahan baku, prosedur pengolahan, hingga implementasi sistem *fresh made to order*. Bagian ini membahas bagaimana kualitas rasa dipertahankan secara kolektif oleh seluruh tim demi memastikan pengalaman makan yang memuaskan bagi pelanggan.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen di Wingstop Kuningan City tidak terbentuk secara instan, melainkan merupakan hasil dari pengalaman yang terbentuk oleh berbagai elemen dalam proses layanan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap lima karyawan dengan jabatan dan tugas yang berbeda, ditemukan bahwa keputusan pelanggan untuk melakukan pembelian, baik pertama kali maupun pembelian ulang sangat dipengaruhi oleh perpaduan antara kualitas pelayanan, ketepatan order,

dan rasa makanan. Masing-masing elemen ini tidak berdiri sendiri, melainkan saling berinteraksi membentuk

PEMBAHASAN

Kualitas layanan memiliki pengaruh paling tinggi dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui: 100% dukungan eksplisit dari seluruh staf terhadap pandangan manajer mengenai pelayanan. Fokus pada kecepatan, keramahan, dan komunikasi jujur, yang semuanya sangat relevan dengan karakteristik pelanggan restoran di kawasan perkantoran. Layanan bukan hanya dilakukan secara prosedural, tetapi sudah menjadi bagian dari identitas dan budaya kerja yang dijaga bersama-sama.

Kualitas layanan menciptakan kesan pertama dan terakhir bagi pelanggan. Ketika layanan dilakukan dengan penuh perhatian, pelanggan cenderung lebih toleran terhadap kendala kecil lainnya, seperti waktu tunggu atau kesalahan minor. Meskipun penting secara teknis, ketepatan order menjadi variabel dengan pengaruh paling lemah dalam hal kesadaran naratif dan eksplisit. Hal ini dapat dilihat dari Hanya 75% staf yang menyampaikan dukungan eksplisit terhadap pentingnya ketepatan order sesuai dengan pandangan manajer. Meskipun sistem seperti repeat order, pengecekan silang antara FOH dan BOH, serta SOP sudah dijalankan, namun narasi yang menekankan nilai ketepatan order tidak terlalu menonjol dibandingkan dua variabel lainnya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketepatan order masih perlu ditingkatkan dari sisi internalisasi nilai agar tidak hanya menjadi rutinitas teknis, melainkan juga dimaknai sebagai bagian dari kualitas layanan dan rasa yang menyatu dalam pengalaman pelanggan.

Keseluruhan temuan ini menunjukkan bahwa Wingstop Kuningan City memiliki tim yang kompak dan berorientasi pada pelayanan pelanggan, dengan dua variabel utama (kualitas layanan dan kualitas rasa) yang telah mengakar kuat baik secara praktik maupun nilai. Ke depan, penguatan nilai ketepatan order secara verbal dan pelatihan berbasis kesadaran akan pentingnya akurasi dalam pelayanan akan semakin memperkuat integrasi ketiga variabel ini sebagai pilar layanan unggul di restoran cepat saji.

PENUTUP

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa poin penting mengenai kualitas pelayanan, ketepatan order, dan kualitas rasa yang memengaruhi keputusan pembelian di Wingstop Kuningan City:

1. Kualitas Pelayanan
   Kualitas pelayanan menjadi aspek utama yang dirasakan langsung oleh konsumen saat berinteraksi di restoran. Pelayanan yang cepat, ramah, dan efisien sebagaimana disampaikan oleh Salma dan Evi sangat berperan dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Ketanggapan dan keramahan karyawan berkontribusi besar dalam membangun citra positif restoran. Koordinasi antar divisi, sebagaimana ditekankan oleh Asep, juga menjadi kunci untuk menciptakan alur pelayanan yang lancar.

2. Ketepatan order
   Ketepatan dalam pemrosesan dan penyajian pesanan merupakan faktor penting yang menentukan kepuasan konsumen. Saat pesanan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, rasa kepercayaan terhadap restoran meningkat. Hal ini juga mencerminkan efisiensi operasional di internal, terutama di saat jam sibuk seperti jam makan siang. Sistem pemesanan yang teratur dan kontrol kualitas yang baik, sebagaimana dijelaskan Salma dan Noor, menjadi solusi untuk meminimalisir kesalahan order.
3. Kualitas Rasa
   Rasa makanan yang konsisten menjadi kekuatan utama Wingstop. Adinda menekankan bahwa konsistensi rasa merupakan faktor yang membuat pelanggan kembali. Ketersediaan bahan baku dan standar operasional yang ketat harus dijaga untuk menciptakan cita rasa yang tidak berubah. Noor juga menyatakan bahwa rasa berkaitan erat dengan pengalaman emosional pelanggan, sehingga perubahan kecil pun bisa berdampak besar terhadap loyalitas.
4. Keputusan Prembelian
   Keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dipengaruhi oleh pengalaman menyeluruh yang mereka alami. Kombinasi dari pelayanan yang baik, pesanan yang tepat, dan cita rasa yang memuaskan menjadi landasan konsumen dalam menentukan pilihan. Faktor-faktor tersebut tidak hanya mendorong pembelian pertama, tetapi juga berkontribusi terhadap pembelian ulang dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

A, T. (2022). Hubungan Antara Ketepatan Waktu Penyajian Makanan dan Rasa Makanan Dengan Sisa Makanan Pasien Umum RSUD RAA Soewondo Kabupaten Pati. *Journal Ilmu Kesehatan*, *2*(1), 26–32. https://doi.org/https://eprints.ums.ac.id/46258/2/HALAMAN%20DEPAN.pd f

Abadi, M. S. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Carl's JR Central Park. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, *1*(2), 125–135. https://doi.org/10.52657/jiem.v13i1.1730

Angraini, V. (2023). Kualitas kehalalan Restoran Pada Tingkat pembelian Di Wingstop Green Pramuka Square. *Journal Ekonomi*, *2504*, 1–5. https://doi.org/http://repository.stei.ac.id/10967/

Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuutusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *4*(12), 1–16. https://doi.org/https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3146

Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, *1*(01), 1–14. https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2

Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi

Snacks Malang. *JISOS: Jurnal Ilmu Sosial*, *1*(2), 85–104.
Cresswell. (2009). Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Research Design Qualitative Quantitative and Mixed Methods Approaches. In *Research Design* (Vol. 4, Issue June). Sage publications. https://doi.org/https://extranet.ogs.edu/ogsdial/upload/OXFORD/2024/2643/r esources/Creswell_2018.pdf
Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2020). Strategi Bersaing Umkm Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, *5*(2), 245–253. https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i2.3663
Ferryana, L., Gurnida, D. A., & Wiramihardja, S. (2022). Pengaruh sistem pemesanan makanan digital terhadap ketepatan waktu pemberian makanan dan kepuasan pasien. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, *19*(2), 67.
Follett, M. P. (2018a). Gambaran Umum Manajemen. *Jurnal Manajemen*, 1–5. https://doi.org/https://osf.io/preprints/inarxiv/3ub4t/
Follett, M. P. (2018b). Pengantar Manajemen. *Jurnal Manajemen*, 1–5.
Hadi, S. (2019). Manajemen Sarana dan Prasaran Penjasorkes di SD Negeri Kota Bengkulu. *Journal of Chemical Information and Modeling*, *53*(9), 1–11. https://doi.org/https://eprints.uny.ac.id/66240/4/BAB%20III.pdf
Herlmanbang, M. P. (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausaaan dan Inovasi Desain Produk Terhadap Keunggulan Bersaing. *Journal Ekonomi Dan Bisnis*, *5253004*(021), 35–63. https://doi.org/https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1820/9/13.UNIKOM_2 1215060_MARISA%20PUTRI%20HERLAMBANG_BAB%20III.pdf
Kara, H. (2023). Qualitative data analysis. In *Research and Evaluation for Busy Students and Practitioners* (pp. 187–202). SAGE Publications. https://doi.org/10.51952/9781447366263.ch012
Keller, K. (2016). Manajemen Pemasaran. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *2004*, 1–47. https://doi.org/http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5550/5/BAB%202.pdf
Maksum, M., & Satrio, R. B. (2019). Pengaruh harga, produk, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Restoran Wingstop. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *7*(12), 1–22.
Nurmarnia, F. (2022). *Analisis Faktor Promosi dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Wingstop Ahmad Dahlan Jakarta* Universitas Nasional.
Onata, I., & Mukaram. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Applied Business and Administration Journal*, *2*(2), 1–9. https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.49
Rafi, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Kafe Mom Milk Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *7*(4), 160–166.

S, Khalisah;P, M. (2023). Analisis Ketepatan Waktu Makan dan Ketepatan Diet Pasien Inap. *Journal of Syntax*, *8*(4), 1–11. https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v8i4.11659

S.Arikuntu. (2017). Prosedur Penelitian Pendidikan. *Jurnal Bibliografi*, 466. https://doi.org/https://www.scribd.com/document/756557803/Suharsimi-Arikunto-Prosedur-Penelitian

Sabariah. (2015a). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sabariah. (2015b). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, *3*(3), 1210–1221.

Salea, C., & Lapian, S. L. H. V. Joyce, M. V. J. T. (2021). Analisis Pengaruh Presepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Restoran Cepat Saji KFC Bahu Manado Pada Masa Covid-19. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, *9*(4), 1293–1302. https://doi.org/https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/3733 9

Saraswati, M. M., Wirawan, P. E., Lestari, S. A., Laurence, C., Pramesti, P. M., & Jebarut, F. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Denpasar. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, *13*(2), 111–118. https://doi.org/10.22334/jihm.v13i2.248

Shaw, S. J., & Davis, K. R. (1973). Marketing Management. *Journal of Marketing*, *37*(1), 109. https://doi.org/10.2307/1250781

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&DMetode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.* (Issue Septembfile:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-SM.pdffile:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-SM.pdfer 2016). https://doi.org/https://www.researchgate.net/publication/377469385_METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_KUALITATIF_DAN_RD

Wuntu, C. R. A. (2019a). *Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap*. 4–5.

Wuntu, C. R. A. (2019b). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Rumah Makan Sidik Kota Batu). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1–10. https://doi.org/https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6144

Zuraidah, E. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan Restoran Cepat Saji dengan Metode Servqual (Service Quality). *Prosisko*, *5*(2), 137–139.