

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Layanan dan Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan yang sudah dilakukan peneliti sebelumnya :

1. (Gunawan *et al.*, 2025) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Prata Waroeng 8 Tiban, Batam. Penelitian ini bertujuan mengetahui fenomena yang terjadi di Prata Waroeng 8 yang berpengaruh kepada tingkat kepuasan konsumen. Adapun salah satunya seperti kesalahpahaman antara hidangan yang dipesan berbeda dengan hidangan yang disajikan. Lokasi penelitian ini bertempat di Prata Waroeng 8 Tiban, Kota Batam, Kepulauan Riau. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif kemudian data yang tersedia diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 19. Dalam memperoleh data nya dengan peneliti menggunakan 338 responden yaitu konsumen yang pernah mendatangi usaha Prata Waroeng 8 Tiban ini. Penulis juga melakukan observasi, dokumentasi, membagikan kuesioner dan melakukan wawancara langsung dengan pemilik Prata Waroeng 8 untuk memperoleh informasi mengenai tempat dilakukannya penelitian. Hasil dari penelitian ini adalah ragam menu berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kualitas makanan berpengaruh kepada kepuasan konsumen. Kemudian ragam menu dan kualitas makanan secara simultan berpengaruh

kepada kepuasan konsumen.

2. (Dwiantari *et al.*, 2025) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Dimoderasi Oleh Atmosfer Cafe Niwa Canting. Penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan variasi menu yang dimoderasi oleh suasana kafe terhadap kepuasan konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan Smart PLS. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen, ditunjukkan dengan demikian hipotesis H1 diterima. Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis H2 diterima. Atmosfir Cafe berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis H3 diterima. Atmosfir Café memoderasi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis H4 diterima. Atmosfir Café memoderasi Variasi Menu terhadap Kepuasan konsumen, dengan demikian hipotesis H5 diterima.
3. (Anggraini & Jatmiko, 2025) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi oleh Kualitas Pelayanan (Studi: Café dan Restoran Fast Food di Jember). Penelitian ini bertujuan menjelaskan dampak keragaman menu, rasa, dan kualitas pelayanan terhadap kesenangan konsumen sebagaimana dimediasi oleh kualitas layanan. . Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* dengan jumlah sampel

100 orang dengan menggunakan strategi *purposive sampling*. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner melalui Google Forms. Pendekatan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa menu, rasa, dan Kualitas Pelayanan sangat mempengaruhi kualitas pelayanan, sedangkan rasa, Kualitas Pelayanan, dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, namun menu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelayan. Rasa dan Kualitas Pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen melalui mediasi kualitas layanan, sedangkan menu tidak memengaruhi kepuasan konsumen yang dimediasi oleh kualitas layanan. Penelitian ini memungkinkan kafe dan restoran untuk meningkatkan layanan mereka, sehingga menambah kenikmatan konsumen.

4. (Ramadhany & Suyanto, 2025) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Lokasi, Persepsi Kualitas Pelayanan, Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Jinawi Di Menanggal Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, persepsi Kualitas Pelayanan dan variasi menu terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian dan merasakan pengalaman di Kedai Jinawi Surabaya Selatan. dan alat analisis data menggunakan SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Jinawi Persepsi Kualitas Pelayanan

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Jinawi, Variasi Menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Kedai Jinawi dan Lokasi, Persepsi Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu secara bersama sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Kedai Jinawi.

5. (Kevin & Herdinata, 2024) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Ws Di Surabaya. Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Variabel-variabel yang diteliti meliputi kualitas layanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan berfokus pada analisis variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan pendekatan metode survei menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan hotel WS periode tahun 2021 sampai dengan 2023. Penelitian dilakukan terhadap 159 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan, variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai pelanggan, variabel nilai pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan dan variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan melalui variabel intervening nilai pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan berdampak pada nilai pelanggan yang pada akhirnya diharapkan kepuasan pelanggan tercapai.

6. (Yusuf *et al.*, 2024) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah pada KSPPS BMT Terate Palang Tuban. Populasi atau subjek dalam penelitian ini yaitu nasabah KSPPS BMT Terate Palang Tuban selama tiga tahun terakhir dengan populasi sebesar 2.510 nasabah. Sampel yang digunakan 96 responden dengan teknik random sampling. Instrument yang digunakan berbentuk kuisisioner diukur dengan menggunakan skala likert. Teknik pengujian menggunakan Uji Validasi dan Realibilitas, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Heteroskedasititas, dan multikolinearitas), Uji Hipotesis dengan dianalisis menggunakan regresi liner berganda serta Koefisien Determinan atau uji R. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji intrumen semua variabel valid dan reliabel. Demikian juga semua data telah memenuhi asumsi klasik, Hasil akhir menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial, Variabel promosi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uji simultan kualitas pelayanan dan promosi terdapat pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah, dari hasil tersebut semua dalil hubungan variabel yang dihipotesiskan diterima. Hasil tersebut memberikan masukan pada pihak bank bahwa pelayanan dan promosi untuk menjadi instrumen dalam

meningkatkan instrumen dalam meningkatkan kepuasan nasabah.

7. (Aziz & Suyuthie, 2023) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Café Hanna Tea Lima Puluh Kota. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan kualitas pelayanan dan variasi menu pada kepuasan pelanggan dalam kaitannya dengan kunjungan dan agar diketahui pengaruh ketiga variabel tersebut. Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dan kausal. Penelitian ini memakai teknik purposive sampling jenis nonprobability sampling untuk pengambilan sampelnya. Instrumen penelitian ini memakai Google form yang disusun berdasarkan skala likert, terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Data ini dianalisis memakai SPSS versi 26.00. Hasil survei menunjukkan bahwa kualitas pelayanan termasuk dalam kategori cukup baik dengan tingkat pencapaian sesuai sebesar 56,2%, variasi menu dengan tingkat pencapaian sesuai sebesar 59,8% termasuk dalam kategori cukup baik, dan kepuasan pelanggan. tingkat pencapaian responden. 54% berada pada kategori sesuai. Pengaruh kualitas pelayanan (X1) dan pemilihan menu (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 28,2%, sedangkan sisanya sebesar 71,8% merupakan pengaruh faktor lain.
8. (Nurapriliana *et al.*, 2023) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung UMKM Minas Syukur Kambang. Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Kualitas Produk, kualitas pelayanan, variasi menu terhadap kepuasan konsumen di umkm Minas Syukur Kambang. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif deskriptif sampel

yang diambil sebanyak 95 responden dengan menggunakan teknik simple random sampling yakni teknik random sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variasi menu berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini variabel-variabel tersebut valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik penelitian ini berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan multikolinearitas.

9. (Yulisetiari *et al.*, 2022) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran LegianJember. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, Kualitas Pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatif. Penelitian ini menggunakan data primer berupa penyebaran kuesioner secara online selama 1 bulan terakhir dengan teknik purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 19 tahun dan konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Legian Resto sehingga diperoleh total sampel sebanyak 114 observasi selama 1 bulan terakhir. Model penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (a) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan, (b)

Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan, (c) lokasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Restoran LegianJember sebaiknya lebih memperhatikan indikator desain kualitas layanan ruang makan dan ruang kecil harus tetap bersih dan harus selektif dalam memilih kualitas bahan makanan. Kesesuaian Kualitas Pelayanan harus sesuai dengan kualitas produk. Lokasi harus lebih memperhatikan lalu lintas di sekitar restoran. Penelitian selanjutnya perlu menambahkan variabel loyalitas pelanggan.

10. (Kwosierra & Arifin, 2022) melakukan penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Loca Medan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Loca. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Coffee Loca yang berjumlah 163 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik convenience sampling dengan jumlah sampel sebanyak 116 responden. Analisis data menggunakan pendekatan regresi linier berganda. Semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas makanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan secara simultan kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dari segi kualitas pelayanan,

disarankan agar Coffee Loca meningkatkan waktu penyajian dan ketepatan penyajian, menyediakan makanan yang ramah anak, serta memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai menu dan kebersihan. Dari segi kualitas makanan, disarankan agar Coffee Loca menyajikan makanan dengan bentuk, warna, dan rasa yang menggugah selera. Dari segi Kualitas Pelayanan, disarankan agar Coffee Loca meningkatkan daya saing Kualitas Pelayanannya.

Table 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis/ Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
						Penelitian Terdahulu	Rencana Penelitian
1	(Gunawan <i>et al.</i> , 2025)	Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Prata Waroeng 8 Tiban	mengetahui fenomena yang terjadi di Prata Waroeng 8 yang berpengaruh kepada tingkat kepuasan konsumen.	Hasil penelitian menggunakan metode analisis regresi berganda, kolerasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independent Variasi menu	Objek pada penelitian ini adalah Prata Waroeng 8 Tiban. Menggunakan variabel kualitas makanan.	Objek penelitian ini di Depot Rudy Hermawan Banjarmasin . Menggunakan variabel kualitas pelayanan.
2	(Dwiantari <i>et al.</i> , 2025)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan	mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan variasi	Kualitas pelayanan dan variasi menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel	Objek Cafe Niwa Canting. Dimoderasi oleh atmosfer cafe	Objek Depot Rudy Hermanto Banjarmasin . Tidak ada variabel moderasi.

No	Nama Penulis/ Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
						Penelitian Terdahulu	Rencana Penelitian
		Konsumen Dimoderasi Oleh Atmosfer Cafe Niwa Canting	menu yang dimoderasi oleh suasana kafe terhadap kepuasan konsumen	konsumen. Atmosfit kafe memoderasi kualitas layanan dan variasi menu terhadap kepuasan konsumen.	independent kualitas layanan dan Variasi menu		
3	(Anggraini & Jatmiko, 2025)	Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi oleh Kualitas Pelayanan (Studi: Café dan Restoran Fast Food di Jember)	menjelaskan dampak keragaman menu, rasa, dan Kualitas Pelayanan terhadap kesenangan konsumen, sebagaimana dimediasi oleh kualitas layanan	menu, rasa, dan Kualitas Pelayanan sangat mempengaruhi kualitas pelayanan, sedangkan rasa, Kualitas Pelayanan, dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen, namun menu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelayan. Rasa dan Kualitas Pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan konsumen melalui mediasi kualitas layanan, sedangkan menu tidak memengaruhi kepuasan konsumen yang dimediasi oleh kualitas layanan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independent Variasi menu	Objek Café dan Restoran Fast Food di Jember. Dimediasi oleh kualitas pelayanan.	Objek Depot Rudy Hermanto Banjarmasin . Tidak ada variabel mediasi.

No	Nama Penulis/ Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
						Penelitian Terdahulu	Rencana Penelitian
4	(Ramadhany & Suyanto, 2025)	Pengaruh Lokasi, Persepsi Kualitas Pelayanan, Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kedai Jinawi Di Menanggal Surabaya	menganalisis pengaruh lokasi, persepsi Kualitas Pelayanan dan variasi menu terhadap kepuasan konsumen	Lokasi, persepsi Kualitas Pelayanan an variasi menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara Bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumne.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independent Variasi menu	Objek pada Kedai Jinawi di Menanggal Surabaya. Meambahkan lokasi dan Kualitas Pelayanan sebagai variabel independen.	Objek Depot Rudy Hermanto Banjarmasin . Tidak menggunakan variabel lokasi dan Kualitas Pelayanan.
5	(Kevin & Herdinata, 2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Ws Di Surabaya	menguji dan menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	Variabel kualitas layanan dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan melalui nilai pelanggan.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independent kualitas pelayanan.	Objek pada Hotel Ws di Surabaya. Menambahkan variabel nilai pelanggan dan moderasi.	Objek Depot Rudy Hermanto Banjarmasin . Tidak ada variabel moderasi.
6	(Yusuf <i>et al.</i> , 2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan	menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan nasabah pada KSPPS BMT Terate Palang Tuban	Kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independent kualitas pelayanan.	Objek penelitian ini adalah nasabah KSPPS BMT Terate Palang Tuban	Objek penelitian ini Depot Rudy Hermanto di Banjarmasin .
7	(Aziz & Suyuthie, 2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Variasi Menu Terhadap	mendeskripsikan kualitas pelayanan dan variasi menu pada kepuasan	Kualitas pelayanan dan variasi menu berpengaruh terhadap kepuasan	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan	Objek penelitian ini pelanggan di Café Hanna Tea Lima Puluh Kota	Objek penelitian ini pelanggan Depot Rudy Hermanto di

No	Nama Penulis/ Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
						Penelitian Terdahulu	Rencana Penelitian
		Kepuasan Pelanggan Di Café Hanna Tea Lima Puluh Kota	pelanggan dalam kaitannya dengan kunjungan dan agar diketahui pengaruh ketiga variabel tersebut	pelanggan di Café Hanna Tea.	variabel independent kualitas pelayanan dan variasi menu.		Banjarmasin .
8	(Nuraprilia <i>et al.</i> , 2023)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Di Warung UMKM Minas Syukur Kambang	mengetahui pengaruh Kualitas Produk, kualitas pelayanan, variasi menu terhadap kepuasan konsumen di umkm Minas Syukur Kambang	Kualitas produk dan variasi menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independent kualitas pelayanan dan variasi menu.	Objek penelitian ini adalah Warung UMKM Minas Syukur Kambang	Objek penelitian ini Depot Rudy Hermanto di Banjarmasin .
9	(Yulisetiarni <i>et al.</i> , 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Restoran LegianJember	menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, Kualitas Pelayanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen	Kualitas pelayanan, Kualitas Pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasna pelanggan.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independent kualitas pelayanan.	Objek penelitian ini Restoran Legian Jember	Objek penelitian ini Depot Rudy Hermanto di Banjarmasin .
10	(Kwosierra & Arifin, 2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Loca Medan	menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee Loca	Kualitas pelayanan, kualitas makanan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sama-sama berpengaruh	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independent kualitas pelayanan	Objek penelitian Coffee Loca Medan	Objek penelitian ini Depot Rudy Hermanto di Banjarmasin .

No	Nama Penulis/ Tahun	Judul	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	
						Penelitian Terdahulu	Rencana Penelitian
				secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.			

Sumber: data diolah, 2025

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kepuasan Pelanggan

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk menggunakan Kembali produk dan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul Kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan volume penjualan

2.2.1.1 Pengertian Kepuasan

Menurut (Tjiptono, 2014: 361) kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas Kualitas Pelayanan, berkurangnya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan.

Menurut (Tjiptono & Chandra, 2012: 57) secara garis besar, kepuasan pelanggan memberikan dua manfaat utama bagi perusahaan, yaitu berupa loyalitas pelanggan dan penyebaran (*advertising*) dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan istilah *gethol tular positif*.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2012: 36), nilai pelanggan adalah perbandingan pelanggan antara semua keuntungan dan semua biaya yang harus dikeluarkan untuk menerima penawaran yang diberikan. Jumlah biaya pelanggan adalah sekelompok biaya yang digunakan dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan produk atau jasa. Karena kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi pelanggan, maka sebagai pemasok produk perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya.

2.2.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

(Lupiyoadi, 2006: 158) menyatakan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu kualitas produk dan jasa, kualitas pelayanan, emosional, Kualitas Pelayanan dan biaya.

Menurut (Gerson dalam Arif, 2007: 99), untuk memenuhi keluhan pelanggan ada empat aspek penanganan keluhan yang terpenting, yaitu:

1. Empati terhadap pelanggan yang marah.

2. Kecepatan dalam menangani keluhan.
3. Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan dimana pelanggan dan perusahaan sama-sama diuntungkan.
4. Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan.

Menurut (Tjiptono, 2005: 134) ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, antara lain:

1. *Relationship marketing*.

Strategi hubungan transaksi antar penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan.

2. Strategi *superior marketing service*.

Perusahaan berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari para pesaingnya.

3. Strategi *unconditional extraordinary guarantee*.

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan dapat mengembangkan *argumented service* terhadap *care service*.

4. Strategi penanganan keluhan yang efektif.

Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas.

5. Strategi peningkatan kinerja perusahaan.

Perusahaan melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kinerja perusahaannya, seperti melakukan pemantauan dan

pengukuran kepuasan konsumen secara berkeseimbangan, memberikan Pendidikan dan pelatihan yang menyangkut komunikasi, *salesmanship*, *public relation* kepada setiap jajaran manajemen.

(Kotler dalam Tjiptono, 2006: 367) menguraikan empat metode yang digunakan untuk melacak dan mengukur kepuasan pelanggan, antara lain: Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari Bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “*factio*” (artinya melakukan atau membuat). Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

2.2.1.3 Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut (Lupiyoadi, 2008: 175) indikator kepuasan terhadap jasa adalah :

1. Terpenuhinya harapan konsumen terhadap pelayanan
2. Perasaan puas menggunakan jasa
3. Kepuasan terhadap fasilitas

(Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono, 2004: 101) atribut pembentuk kepuasan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi :
 - a. Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

- b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Minat berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung Kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi :

- a. Berminat untuk berkunjung Kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b. Berminat untuk berkunjung Kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- c. Berminat untuk berkunjung Kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3. Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi :

- a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

- c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

2.2.2 Kualitas Layanan

Dalam mengembangkan sebuah program untuk mencapai pasar yang diinginkan, sebuah perusahaan harus memulai dengan pelayanan yang dirancang untuk memuaskan keinginan konsumen, maka dari itu perusahaan harus berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas.

2.2.2.1 Pengertian Pelayanan

Menurut (Yamit, 2010: 20), jasa pelayanan di definisikan lebih baik dalam waktu tertentu tetapi tidak cocok pada waktu yang lain. Secara formal sering di jumpai pengertian pekerjaan jasa adalah pekerjaan di bidang pertanian dan pabrik seperti pekerjaan bidang hotel, restoran dan toko reparasi, hiburan seperti bioskop, teater, taman hiburan. Fasilitas perawatan Kesehatan seperti rumah sakit dan jasa dokter, jasa professional seperti konsultan hukum, akuntan; Pendidikan; keuangan; asuransi dan real estate; perdagangan besardan perdagangan pengecer; jasa transportasi dan lain sebagainya.

Berdasarkan penelitian jasa pelayanan yang dilakukan oleh (Olsen dan Wyckoff dalam Yamit, 2010: 22), jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara

eksplisit maupun implisit atau kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan.

2.2.2.2 Karakteristik Jasa Pelayanan

Meskipun terjadi beberapa perbedaan terhadap pengertian jasa pelayanan secara terus menerus perbedaan tersebut akan mengganggu, beberapa karakteristik jasa pelayanan berikut memberikan jawaban yang lebih mantab mengenai pengertian jasa pelayanan. Karakteristik jasa tersebut adalah:

1. Tidak dapat diraba (*intangibility*). Jasa adalah sesuatu yang sering kali tidak dapat di sentuh atau tidak dapat di raba. Jasa mungkin berhubungan dengan sesuatu secara fisik. Bagaimanapun juga pada kenyataanya pelanggan membeli dan memerlukan sesuatu yang tidak dapat di raba. Oleh karna itu jasa atau pelayanan yang terbaik menjadi penyebab khusus yang secara alami di sediakan.
2. Tidak dapat di simpan (*inability to inventory*). Salah satu ciri khusus dari jasa adalah tidak dapat di simpan.
3. Produksi dan Konsumsi secara bersama. Jasa adalah sesuatu yang dilakukan secara bersama dengan produksi.
4. Memasukinya lebih mudah. Mendirikan usaha bidang jasa membutuhkan investasi yang lebih sedikit, mencari lokasi mudah dan banyak tersedia, tidak membutuhkan teknologi

tinggi. Untuk kebanyakan usaha jasa hambatan untuk memasukinya lebih rendah.

5. Sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar. Jasa sangat dipengaruhi oleh faktor dari luar seperti: teknologi, peraturan pemerintah dan kenaikan Kualitas Pelayanan energi.

Karakteristik jasa pelayanan tersebut di atas akan menentukan definisi kualitas jasa pelayanan dan model kualitas jasa pelayanan. Mendefinisikan kualitas jasa pelayanan membutuhkan pengetahuan dari beberapa disiplin ilmu seperti: pemasaran, psikologi dan strategi bisnis.

2.2.2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut (Kotler, 2006:75) kualitas harus diawali dari kebutuhan pelanggan dan diakhiri pada persepsi pelanggan. Hal tersebut memberi arti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa melainkan berdasarkan persepsi dari pengguna jasa atau pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman, informasi lisan dari mulut ke mulut, dan promosi.

Kualitas memiliki makna yang berbeda bagi setiap orang, tergantung darimana kita memandangnya. Pengertian kualitas menurut beberapa pakar dalam (Wahyu, 2005:8) sebagai berikut:

1. Menurut Juran : Kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan yang meliputi *availability*, *delivery*, *reliability*, *maintainability*, dan *cost effectiveness*.
2. Menurut Daming : Kualitas harus bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sekarang dan dimasa mendatang.
3. Menurut Feigenbaum : Kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk dan jasa yang meliputi *marketing*, *engineering*, *manufacture*, dan *maintenance* dimana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
4. Menurut Scherkenbach : Kualitas ditentukan oleh pelanggan, pelanggan menginginkan produk dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan harapannya pada satu tingkat Kualitas Pelayanan tertentu yang menunjukkan nilai produk tersebut.
5. Menurut Elliot : Kualitas adalah sesuatu yang berbeda untuk orang yang berbeda dan tergantung pada waktu dan tempat atau dikatakan sesuai dengan tujuan.
6. Menurut Goetchdan Davis : Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, orang, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi apa yang diharapkan.

(Wahyu, 2005:4) kualitas adalah ciri dari karakteristik produk atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar.

Menurut (Parasuraman, et al. dalam Lupiyoadi, 2011:195) menyatakan Kualitas Layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh.

Mengingat bahwa kualitas pelayanan merupakan interaksi antara pelanggan dan elemen-elemen dalam organisasi pelayanan. (Leithtinen & Lewis dalam Lupiyoadi, 2011:13) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan terdapat tiga dimensi antara lain:

1. Kualitas fisik yang merepresentasikan aspek-aspek fisik pelayanan.
2. Kualitas korporasi mengekspresikan image perusahaan pelayanan.
3. Kualitas interaksi yang dihasilkan dari interaksi antara staff pelayanan dengan pelanggan itu sendiri.

2.2.2.4 Indikator Kualitas Pelayanan

(Parasuraman et al. dalam Lupiyoadi, 2011: 196) melakukan beberapa penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yang bisa disebut sebagai dimensi kualitas. Dalam perkembangannya, dimensi kualitas yang semula berjumlah sepuluh dirangkum menjadi lima dimensi pokok, yaitu :

1. Keandalan (*Reliability*): merujuk pada kemampuan organisasi untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan secara handal dan akurat.
2. Jaminan (*Assurance*): merujuk kepada pengetahuan karyawan dan kemampuan mereka untuk menarik kepercayaan dan keyakinan pelanggan.
3. Berwujud (*Tangibles*): merujuk kepada lingkungan fisik organisasi seperti fasilitas perusahaan, perangkat dan material komunikasi.
4. Empaty (*Emphaty*) : merujuk kepada kesediaan karyawan dan staff untuk menyediakan perhatian secara individu pada pelanggan.
5. Daya Tanggap (*Responsiveness*): merujuk kepada kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan tepat waktu.

2.2.3 Variasi Menu

Variasi menu yang disediakan di suatu cafe merupakan kunci dalam persaingan bisnis kuliner yang banyak diminati oleh pebisnis pada saat sekarang ini. Dengan begitu pebisnis harus dapat membuat keputusan yang tepat dalam memilih, membuat, dan menawarkan menu kepada konsumen, karena menu merupakan pedoman bagi yang menyiapkan hidangan dan merupakan penuntun bagi mereka yang menikmati hidangan tersebut apakah layak dikonsumsi atau tidak.

2.2.3.1 Pengertian Variasi Menu

Variasi atau keberagaman adalah sebuah rupa (bentuk) yang berbeda ataupun bermacam-macam tergantung pada hasil interpretasi seseorang. Kata Variasi sudah tidak asing dalam perekonomian karena ini merupakan salah satu strategi yang banyak digunakan dalam dunia usaha. Menu adalah daftar item makanan yang ditawarkan pemilik usaha berdasarkan kebutuhan dan permintaan pelanggan dan dirancang untuk mencapai tujuan pemilik usaha. Variasi menu menurut (Kotler, 2002:347) adalah tersedianya semua jenis menu yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Setiap konsumen memiliki selera makan yang berbeda-beda. Karena varian menu merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam hal varian menu yang ditawarkan Café atau Resto sangat berperan penting dalam hal memberikan kenyamanan pada konsumen untuk menentukan pilihan yang ingin di konsumsi.

Variasi menu dapat diartikan sebagai varian makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner, yang dapat dibedakan berdasarkan bahan makanan, resep masakan, cara pengolahan, sampai dengan jenis makanan dalam suatu hidangan. Banyak pilihan menu yang disediakan pemilik usaha akan memudahkan

pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar. Berdasarkan penggolongan produk makanan termasuk keripik nenas dan rengginang ubi kayu tergolong pada produk tidak tahan lama (*non durable goods*) yang cepat habis dikonsumsi.

Variasi menu biasanya digunakan seorang pemilik usaha untuk menarik pelanggan dengan memanfaatkan fleksibilitas menu dalam persaingan antar pengusaha lain pelanggan, karena dengan adanya variasi menu membuat pelanggan puas dan sukar untuk berpindah ke tempat makan atau usaha lain karena semua yang mereka butuhkan telah disediakan ditempat yang sama. Hal inilah yang kemudian akan meningkatkan rata-rata jumlah penjualan yang kemudian berpengaruh terhadap pendapatan yang diterima pengusaha. Dalam keberhasilan usaha, menu memiliki peran yang penting, yaitu:

- a. Menu merupakan kumpulan makanan
- b. Sebagai pilihan hidangan yang disediakan
- c. Hidangan yang disediakan pada waktu khusus, seperti waktu makan pagi, siang, dan makan malam.\

Strategi ini digunakan untuk mendapatkan kesetiaan Menurut Hargo Utomo memiliki tiga tingkatan produk yaitu:

- a. *Core product* merupakan fungsi utama dari suatu produk yang ditawarkan kepada konsumen.
- b. *Formal product* merupakan wujud nyata dari suatu produk dimana meliputi aspek fisik dari restoran itu sendiri. Dalam suatu level tertentu, hari ini juga meliputi pelayanan yang diberikan kepada konsumen.
- c. *Augmented product* merupakan produk tangga yang telah ditingkatkan sehingga melampaui harapan konsumen

2.2.3.2 Siklus Menu

Siklus menu merupakan rangkaian menu yang direncanakan dengan hati-hati yang diputar pada interval waktu yang ditentukan. Siklus menu memiliki beberapa keunggulan. Setelah perencanaan awal selesai, waktu bebas bagi perencana untuk meninjau dan merevisi menu untuk memenuhi perubahan kebutuhan seperti perubahan personil, atau ketersediaan barang makanan. Pengulangan bentuk menu yang sama dalam menstandarisasi prosedur persiapan dan penggunaan peralatan yang efisien.

Namun, siklus menu memiliki beberapa kelemahan potensial. Mereka mungkin menjadi monoton jika siklusnya terlalu singkat atau jika makanan yang sama ditawarkan pada hari yang sama setiap minggu. Siklus menu mungkin tidak

termasuk makanan yang sangat disukai, atau mungkin juga termasuk item yang tidak populer. Jika kekurangan dalam siklus menu bisa diatasi dan menu yang dikembangkan dengan benar untuk memenuhi kebutuhan sistem pelayanan makanan tertentu, siklus menu bisa menjadi alat manajemen afektif.

2.2.3.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perencanaan Menu

Perencanaan menu pada institusi harus memperhatikan 2 faktor utama, yaitu faktor dari pihak manajemen dan faktor dari pihak konsumen. Berikut ini penjelasan dari faktor-faktor yang akan mempengaruhi sebuah perencanaan menu:

a. Kecukupan atau Kebutuhan Gizi

Kecukupan atau kebutuhan gizi merupakan aspek utama dalam pemenuhan status gizi guna meningkatkan derajat kesehatan yang optimal. Kebutuhan gizi yang sangat dipengaruhi oleh umur, jenis kelamin dan aktivitas fisik. Kecukupan atau kebutuhan konsumen diterjemahkan dalam standar makanan. Standar makanan ini yang menjadi dasar dalam penyusunan menu pada institusi. Standar makanan merupakan rujukan dalam menetapkan standar porsi dan pola menu.

b. *Food habit dan preferences*

Bila menu akan ditawarkan kepada konsumen, maka banyak faktor yang perlu dipertimbangkan, prioritas apa saja sampai seseorang memilih makanan yang

ditawarkan. Setiap orang akan memilih makanan yang ditawarkan. Setiap orang akan memilih makanan yang dia suka dan dia suka memilih yang ia makan. Kesukaan sangat tergantung pada selera dan penerimaan individu terhadap makanan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh pantangan adat istiadat, agama, budaya, wilayah ataupun terapi yang sedang dijalankan.

c. **Karakteristik atau Keadaan Bahan Makanan Tertentu**

Dalam menyusun menu perlu juga diperhatikan faktor karakteristik bahan makanan itu sendiri. Aspek yang berhubungan dengan karakteristik bahan makanan adalah warna, konsistensi dan tekstur makanan, rasa, aroma, cara, persiapan, ukuran dan bentuk potongan makanan, sanitasi bahan makanan dan hidangan, suhu hidangan, besar porsi dan cara penyajian. Jadi di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin haruslah ada sebuah karakteristik terhadap produknya agar pelanggan dapat mengingat produknya, seperti misal dengan topping ayam yang banyak, potongan ayamnya tidak terlalu kecil atau hancur, atau dengan mie yang bertekstur lembut dan tidak terlalu keras, atau bisa juga dengan diberi sayuran yang lebih banyak lagi, dan lain sebagainya.

2.2.3.4 Indikator Variasi Menu

Indikator variasi menu menurut Sihombing M, *et al.*

(2022) yaitu:

- a. Rasa produk menjadi pertimbangan utama bagi konsumen. Dengan rasa yang enak dan memenuhi harapan konsumen cenderung mendorong konsumen untuk memesan menu yang sama di kemudian hari.
- b. Ukuran porsi menjadi pertimbangan bagi konsumen. Dengan ukuran porsi yang sesuai akan membuat konsumen merasa sesuai dengan Kualitas Pelayanan yang dibayarkan
- c. Kualitas Produk. Dalam hal ini berkaitan dengan kualitas daging ayam atau daging sapi yang digunakan untuk menyajikan menu. Dengan bahan yang berkualitas dan pengolahan makanan yang baik, maka nilai dari menu yang disajikan akan berkualitas.
- d. Penampilan Produk yang menarik dalam penyajiannya menjadi penilaian tambahan bagi konsumen. Dengan penampilan menu yang estetis akan menjadi nilai tambah bagi menu yang disajikan.
- e. Ketersediaan menu dalam mendukung pemesanan oleh konsumen. Menu yang ditampilkan pada daftar menu harus tersedia setiap saat sehingga dapat dipesan oleh konsumen.

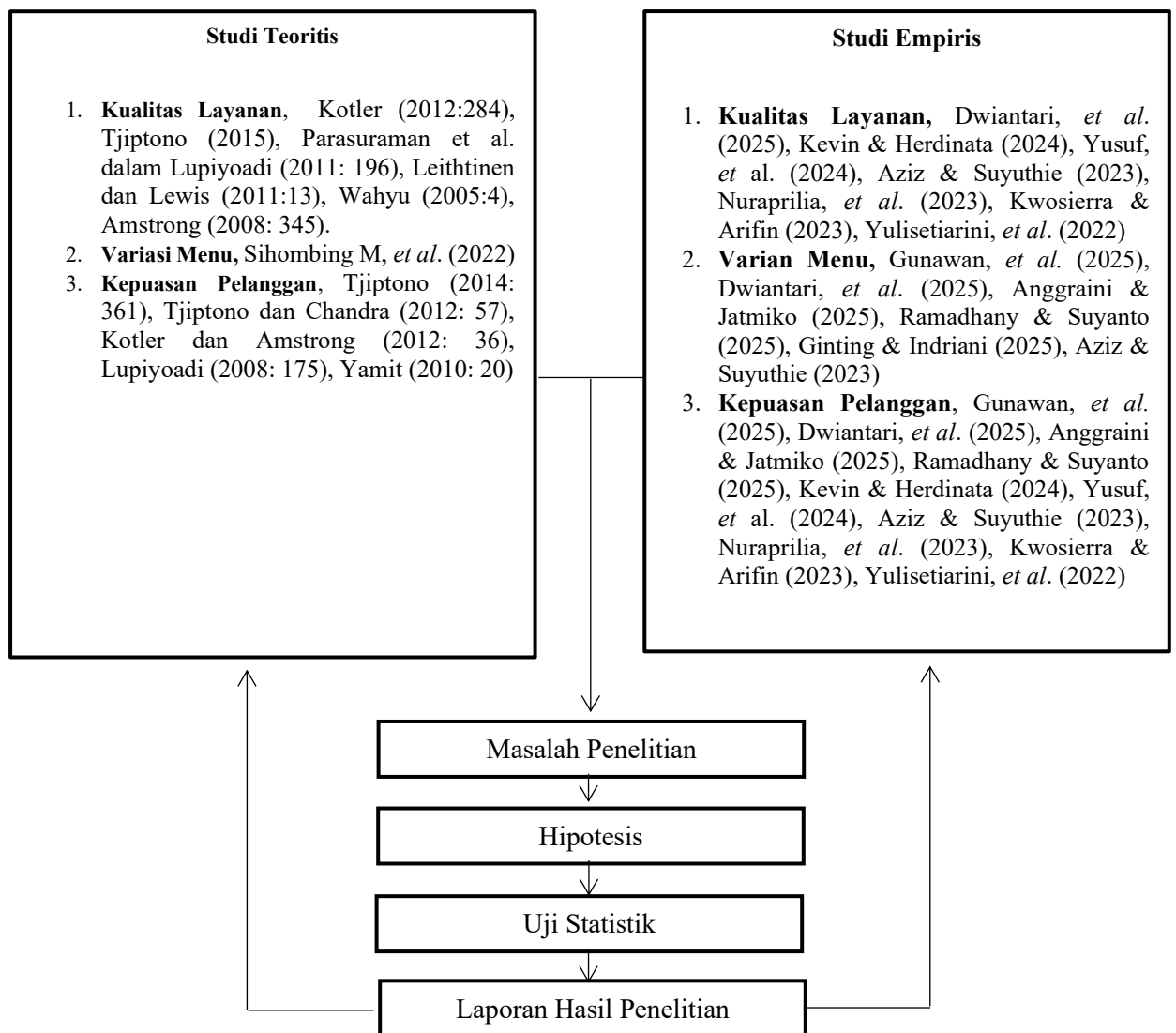
Proses produksi yang memperhatikan kualitas akan menghasilkan produk berkualitas yang bebas dari kerusakan yang berarti dihindarkan terjadinya pemborosan dan ketidakefisienan sehingga ongkos produksi akan menjadi rendah yang pada gilirannya akan membuat Kualitas Pelayanan produk menjadi lebih bersaing. Produk-produk berkualitas yang dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas pengguna produk tersebut. Kualitas sudah menjadi salah satu faktor penting bagi para konsumen dalam memilih produk ataupun jasa yang akan dibeli maupun digunakan. Konsekuensinya, mengerti dan meningkatkan kualitas dari produk atau jasa menjadi salah satu faktor kunci bagi suatu organisasi atau perusahaan untuk mencapai kesuksesan, pertumbuhan, dan untuk dapat bersaing secara kompetitif.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu model konseptual yang digunakan sebagai landasan teori yang terkait dengan faktor-faktor dalam penelitian. Suatu penelitian membutuhkan kerangka berpikir agar bisa menjelaskan secara teoritis, dan dapat menjelaskan alasan adanya hubungan antara variabel (Sugiyono, 2020). Kerangka berpikir adalah suatu dasar pemikiran yang mencakup penggabungan antara teori, fakta, observasi, serta kajian pustaka, yang nantinya dijadikan

landasan dalam melakukan menulis karya tulis ilmiah. Karena menjadi dasar, kerangka berpikir ini dibuat ketika akan memaparkan konsep-konsep dari penelitian.

Berdasarkan teori pendukung, maka kerangka pikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



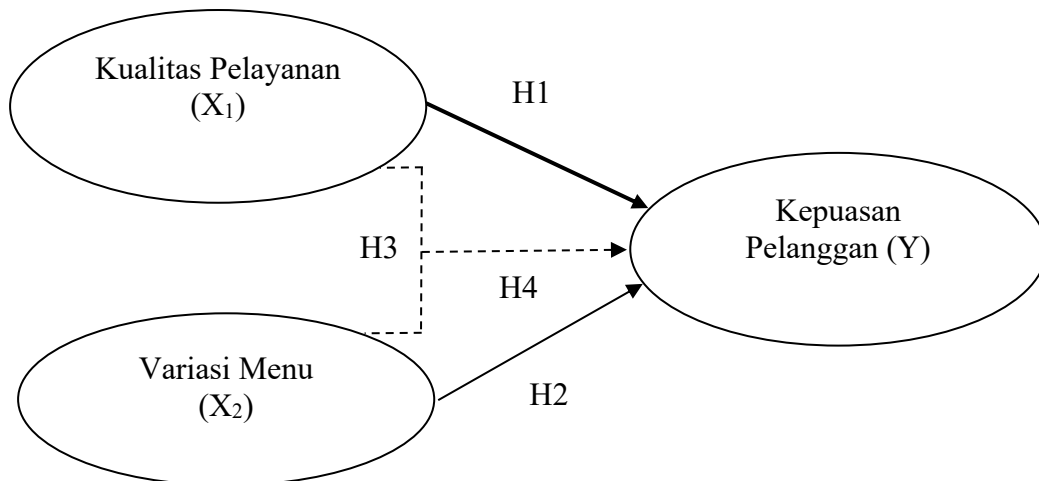
Gambar 2.1
Kerangka Proses Berpikir

Sumber : Data diolah, 2025

2.4 Kerangka Konseptual

Dari beberapa definisi yang dikemukakan diatas, maka kerangka konseptual yang dapat berdasarkan rumusan masalah pengaruh Kualitas Pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pembelian.

Berikut ini kerangka konseptual pada penelitian ini:



Gambar 2.2
Bagan Konseptual Penelitian
 Sumber: Gambar diolah, 2025

Keterangan :

Secara Parsial : —————>

Secara Simultan : - - - - ->

2.5 Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2020) hipotesis adalah jawaban sementara untuk rumusan masalah penelitian. Hipotesis merupakan pernyataan yang didasarkan pada observasi dan data tersedia untuk memberikan dugaan atau jawaban sementara yang dibuat peneliti untuk menyelesaikan suatu permasalahan penelitian maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

- H₁** : Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin Banjarmasin.
- H₂** : Variasi Menu berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin.
- H₃** : Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin.
- H₄** : Kualitas Pelayanan merupakan variabel paling dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin.