



PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA GENKI SUSHI DI MALL KELAPA GADING

Purnomo

Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

(Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Abstrak

Purnomo / 26120114 / 2016 / Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Genki Sushi di Mal Kelapa Gading /Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.

Dalam perkembangan di era globalisasi dan kemajuan di bidang sosial ekonomi yang meningkat saat ini mengakibatkan persaingan diberbagai industri bisnis. Dan berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat ke arah yang lebih beragam. Seperti halnya dengan munculnya makanan dan minuman khas Jepang yang unik dan beragam. Bagi produsen, tentu saja hal ini akan menimbulkan suatu ancaman, karena semakin banyaknya produk dan jasa yang ditawarkan maka semakin ketat persaingan yang terjadi. Untuk itu perusahaan harus mampu menciptakan kepuasan bagi konsumen dengan cara menerapkan kualitas layanan dan citra merek yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari kualitas Layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Genki Sushi di Mal Kelapa Gading.

Kualitas layannan terdiri dari lima dimensi yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Sedangkan citra merek terdiri dari tiga dimensi yang terdiri dari fungsi produk, sikap terhadap produk, dan reputasi merek. Kepuasan konsumen adalah kinerja suatu produk sesuai dengan harapan dari konsumen. Apabila kinerja sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan puas.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dengan menyebarkan kepada 100 responden yang merupakan konsumen dari Genki Sushi Mal Kelapa Gading. Alat ukur yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, skala likert, uji regresi berganda, dan uji asumsi klasik. Alat bantu yang digunakan menganalisis data adalah SPSS 23.0.

Penelitian ini mendapatkan hasil dengan berdasarkan analisis regresi berganda dan korelasi diperoleh hasil bahwa kualitas layanan dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara keseluruhan kualitas layanan dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang artinya konsumen merasa puas terhadap Kualitas layanan dan citra merek yang diberikan Genki Sushi.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Abstract

Purnomo / 26120114 /2016 / *Relationship of Servie Quality and Brand Image to Customer Satisfaction at Genki Sushi Kelapa Gading Mall/ Rita Eka Setianingsih, S.E., M.M.*

In the development of in the future and progress in the field of economic social the current increases resulting in competition in various industries business. And having impact for change in the public consumption toward more diverse. As is the case with the emergence of food and drink typical japan unique and diverse. For producers , of course this may lead to the threat , because the increasing number of products and services are offered the tight competition that occurs .To companies to create satisfaction for those by means of apply the quality of services and brand image that right .This study aims to to analyze the influence of the quality of services and brand image to customer satisfaction genki sushi in kelapa gading mall .

The quality of services consisting of five dimensions consisting of the reliability of , responsiveness , insurance , empathy , and physical evidence .While image brand consisting of three dimensions consisting of function products , an attitude toward products , and reputation of brand .Customer satisfaction is a a product in conformity with expectation consumer .When performance according to hope consumers , so consumers will be satisfied

The methodology used is descriptive methods to collect data through the questionnaire by spreading to 100 respondents is consumers from genki sushi kelapa gading mall .Measuring instrument used the research is the validity , reliability test , likert scale , the multiple regression , and the assumption classic .Tools used analyzed data is spss 23.0

His research get based on regression analysis and the correlation between the results that the quality of services and image brand have significant influence of customer satisfaction

This research produce conclusion that the overall the quality of services and image brand influences customer satisfaction, which means consumers satisfied with service quality and brand image given Genki Sushi.

Key words : *Service Quality, Brand Image, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan di era globalisasi dan kemajuan di bidang sosial ekonomi yang meningkat saat ini mengakibatkan persaingan diberbagai industri bisnis. Dan berdampak pada perubahan pola konsumsi masyarakat ke arah yang lebih beragam. Hal ini seiring dengan perubahan jaman ke arah modern yang menyebabkan perubahan pola hidup masyarakat untuk mencoba hal-hal yang baru, termasuk pola konsumsi makan dan minum, dimana orang sudah semakin tinggi tingkat pendapatan dan pendidikannya mulai mencari sesuatu yang dapat memberikannya kenyamanan lebih dari apa yang telah didapatkan.

Salah satu dampak dari perubahan pola konsumsi ini adalah munculnya bisnis industri makanan jepang di Indonesia yang semakin berkembang pesat. Pada perkembangannya produk makanan yang berasal dari Jepang ini terus berkembang dan menyebar di beberapa Negara. Di Indonesia, khususnya kota Jakarta, banyak bermunculan restoran Jepang.

Saat ini bisnis kuliner Jepang di Indonesia berkembang, mulai dari sushi hingga makanan penutup. Dan sushi adalah merupakan makanan jepang yang semakin

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



berkembang, makanan khas Jepang sushi mungkin tidak asing lagi bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Bisnis kuliner sushi kini mulai banyak dikembangkan mengikuti selera konsumen. Seperti biasanya ikan yang digunakan adalah ikan salmon mentah, tetapi dengan mengikuti kebutuhan konsumen ada yang mengkreasi sushi dengan menggunakan bahan yang sudah di olah sehingga menjadi matang atau protein lainnya. (www.news.liputan6.com)

Dapat di lihat fenomena makanan Jepang cukup diminati oleh masyarakat Indonesia. Restoran Jepang di Jakarta kini semakin bertambah. Dengan meningkatnya investor dari luar dalam bidang makanan sehingga membuat restoran Jepang meningkat setiap tahunnya dimana 2015 jumlahnya sebanyak 553 dan tahun 2016 meningkat menjadi 619 restoran diseluruh Jakarta. Jumlah ini dapat diperkirakan akan terus bertambah, didukung oleh pola konsumsi masyarakat meningkat dan diperkirakan kondisi perekonomian yang akan terus membaik pada tahun mendatang. Kuliner Jepang banyak di cari oleh masyarakat. Makanan khas Jepang yang digemari antara lain sushi dan nasi kari. Konsumen bisa menikmati nasi yang dibalut dengan berbagai macam *seafood* yang lezat ini di banyak tempat di Jakarta. Makanan khas Jepang bisa tumbuh dan berkembang pesat karena memiliki bahan dasar makanan hampir sama dengan bahan di Indonesia, seperti nasi sebagai sumber karbohidrat. Sushi adalah salah satu makanan Jepang yang menggunakan nasi sebagai bahan utama. (www.tripadvisor.co.id)

Genki sushi pertama kali buka di Jepang di daerah Kanto, dan Genki sushi merupakan restoran *franchise* yang di kelola oleh PT.Mitra Adi Perkasa, yang pertama kali buka di mall Plaza Senayan pada tahun 2014. Genki Sushi menyediakan makanan Jepang berupa sushi dan beberapa menu tambahan yang bervariasi dari menu makanan utama hingga makanan ringan, dengan pelayanan yang menggunakan teknologi tinggi yaitu dengan menyediakan tablet *portable* untuk memesan makanan lalu hidangan yang disajikan di atas lintasan tingkat dua yaitu *kousuku line*. Genki Sushi merupakan restoran pertama yang memberi pelayanan dengan teknologi ini.

Teori Penunjang

Kualitas layanan menurut Tjiptono (2011:59) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2012:396) terdapat lima dimensi:

1. Keandalan
2. Daya Tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti Fisik

Citra Merek menurut Supranto (2011:128) adalah apa yang konsumen pikir atau rasakan ketika mendengar atau melihat nama suatu merek atau pada intinya apa yang konsumen telah pelajari tentang merek.

Ilham jurnal Mahsa Hariri dan Hossein Vazifehdust (2011), ada tiga dimensi citra merek yaitu

1. *Functional Image* (Citra dilihat dari fungsi produk)
2. *Affective image* (Citra dilihat dari sikap terhadap merek)
3. *Reputation* (Citra dilihat dari reputasi merek)

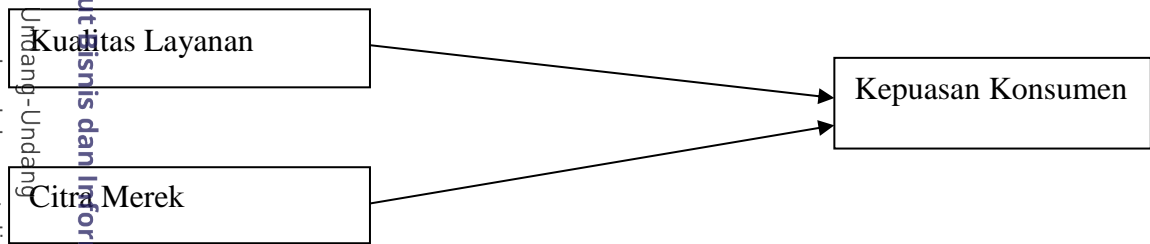


Menurut Kotler dan Armstrong (2012:37) bahwa kepuasan pelanggan adalah sebagai mana kinerja suatu produk sesuai dengan harapan dari konsumen. Maka , kinerja suatu produk jika sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan puas, sedangkan jika kinerja tidak sesuai dengan yang diharapkan pelanggan maka pelanggan tidak puas.

Menurut Handi Irawan (2009:37), terdapat 5 dimensi yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk
2. Harga
3. Kualitas Pelayanan
4. Faktor emosional
5. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkkan produk atau jasa

Kerangka Pemikiran dari penelitian ini dapat diilustrasikan sebagai berikut:



Hipotesis Penelitian

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Genki Sushi

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen pada Genki Sushi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan produk dan jasa Genki Sushi di mall Kelapa Gading. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dimana metode yang digunakan adalah *judgment sampling*. Sampel didapat dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 100 orang responden. Pengolahan data dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Validitas (Nilai r hitung > r tabel / r hitung > 0,361, maka pertanyaan tiap variabel valid)

(kualitas layanan)

No	Variabel Kualitas Layanan	r hitung	Keputusan
1	Pertanyaan 1	.629	Valid
2	Pertanyaan 2	.811	Valid
3	Pertanyaan 3	.823	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

4	Pertanyaan 4	.814	Valid
5	Pertanyaan 5	.905	Valid
6	Pertanyaan 6	.821	Valid
7	Pertanyaan 7	.672	Valid
8	Pertanyaan 8	.753	Valid
9	Pertanyaan 9	.883	Valid
10	Pertanyaan 10	.879	Valid
11	Pertanyaan 11	.868	Valid
12	Pertanyaan 12	.861	Valid
13	Pertanyaan 13	.799	Valid
14	Pertanyaan 14	.870	Valid
15	Pertanyaan 15	.831	Valid
16	Pertanyaan 16	.862	Valid
17	Pertanyaan 17	.726	Valid
18	Pertanyaan 18	.837	Valid
19	Pertanyaan 19	.865	Valid
20	Pertanyaan 20	.755	Valid

Citra Merek

No	Variabel Citra Merek	r hitung	Keputusan
1	Pertanyaan 1	.799	Valid
2	Pertanyaan 2	.814	Valid
3	Pertanyaan 3	.824	Valid
4	Pertanyaan 4	.839	Valid
5	Pertanyaan 5	.842	Valid
6	Pertanyaan 6	.888	Valid
7	Pertanyaan 7	.916	Valid
8	Pertanyaan 8	.931	Valid

Kepuasan Konsumen

No	Variabel Kepuasan	r hitung	Kesimpulan
1	Pertanyaan 1	.769	Valid
2	Pertanyaan 2	.852	Valid
3	Pertanyaan 3	.800	Valid
4	Pertanyaan 4	.849	Valid
5	Pertanyaan 5	.820	Valid

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Reliabilitas (Nilai cronbach's alpha $>0,7$ maka pertanyaan tiap variabel tersebut reliabilitas)

Kualitas Layanan

Cronbach's Alpha	Keputusan
.973	Reliable

Citra Merek

Cronbach's Alpha	Keputusan
.947	reliabel

Keputusan Konsumen

Cronbach's Alpha	Keputusan
.874	reliabel

3. Uji Normalitas (Nilai Asymp. Sig > 0.05 maka berdistribusi normal)

Nama Pengujian	Hasil Asymp. Sig (2-tailed)	Keterangan
Normalitas	0,410	Berdistribusi Normal

4. Uji Heteroskedastisitas (Nilai Sig > 0.05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas)

Nama Pengujian	Variabel	Hasil Sig	Keterangan
Heteroskedastisitas	Kualitas Layanan	0,867	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	Citra merek	0,764	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

5. Uji Autokorelasi (Nilai du harus berada di antara 4-du, jika nilai du tidak berada diantara maka terjadi autokorelasi)

Durbin - Watson	Keterangan
1,460	Tejadi Autokorelasi

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



6. Uji F (diketahui bahwa nilai sig (0.000) < α (0.05). Artinya model regresi fit atau dapat digunakan.)

Sig	Keterangan
0,000	Model Regresi Dapat Digunakan

7. Uji t (Nilai Sig < 0,05 maka variabel tersebut signifikan)

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
Kualitas Layanan	0,000	Signifikan
Citra Merek	0,250	Tidak Signifikan

8. Uji R Square

R square (R ²)	
0,634	63,4%

1. Analisis Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan memiliki skor rata-rata sebesar 3,97 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa kualitas Layanan pada Genki Sushi sudah dapat dikatakan baik.

2. Analisis Citra Merek

Variabel citra merek memiliki skor rata-rata sebesar 3,99 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa citra merek pada Genki Sushi sudah dapat dikatakan baik.

3. Analisis Kepuasan

Variabel kepuasan memiliki skor rata-rata sebesar 3,95 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa kepuasan konsumen terhadap layanan dan citra merek yang ditawarkan oleh Genki Sushi sudah dapat dikatakan puas.

4. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa kualitas layanan dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen Genki Sushi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diatas, menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra merek memiliki hubungan dengan kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari perhitungan uji t yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, begitu juga dengan variabel citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis deskriptif yang telah dilakukan, maka hasil penelitian yang didapat adalah sebagai berikut:



1. Hipotesis 1 menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima, dimana pada tabel 4.18 diperoleh hasil T tabel 0,000 yang berarti lebih kecil dari $\alpha=0,05$. Maka, dapat dikatakan bahwa variabel ini signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Yuda Suprianto (2012) dimana dalam penelitian tersebut juga diperoleh hasil yang sama terhadap hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas layanan, citra merek, kepuasan konsumen. Saat ini peran kualitas layanan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
2. Hipotesis 2 menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis tidak diterima, dimana pada tabel 4.18 diperoleh hasil T tabel 0,250 yang berarti lebih besar dari $\alpha=0,05$. Maka, dapat dikatakan bahwa variabel ini tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sesuai dengan penelitian oleh Ery widiaono dan Ismi Darmasatuti (2012) dimana dalam penelitian tersebut juga diperoleh hasil yang sama terhadap hubungan citra merek yang tidak signifikan. Saat ini peran citra merek sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Kualitas layanan yang diberikan oleh Genki Sushi menurut konsumen secara keseluruhan sudah baik karena sebagian besar indikator kualitas layanan yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan menunjukkan bahwa konsumen setuju.
2. Citra merek yang diberikan oleh Genki Sushi kepada konsumen secara keseluruhan sudah baik karena sebagian besar indikator citra merek yang digunakan untuk mengukur citra merek menunjukkan bahwa konsumen setuju.
3. Konsumen Genki Sushi sudah merasa puas terhadap Kualitas layanan yang diberikan oleh Genki Sushi.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dari nilai signifikan kualitas layanan yang besarnya di bawah 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
5. Terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari citra merek terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terbukti dari nilai signifikan citra merek yang besarnya di atas 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa citra merek berpengaruh negative terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, terdapat beberapa hal yang disarankan peneliti. Adapun saran-saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Genki Sushi harus tetap mempertahankan kualitas layanan yang sudah baik dan tetap meningkatkan kualitas layanannya. Misalnya dengan cara memberi pelatihan kepada setiap karyawan baru yang akan masuk, melakukan *briefing* sebelum jam buka agar pada saat jam buka semua berjalan dengan lancar dan melakukan evaluasi kerja setiap hari pada akhir jam operasional agar kesalahan-kesalahan yang terjadi dapat diperbaiki dihari berikutnya.
2. Genki Sushi harus tetap mempertahankan citra merek yang sudah baik dan tetap meningkatkan citra merek. Misalnya dengan cara meningkatkan mutu kualitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



baku yang *fresh* dan berkualitas tinggi, sedangkan untuk kualitas layanan juga harus ditingkatkan dengan selalu melakukan briefing sebelum jam operasional dan melakukan evaluasi setelah tutup.

3. Genki Sushi harus mempertahankan konsumen yang sudah puas dengan memberikan perhatian yang lebih secara individual terhadap konsumen. Misalnya dengan memberikan *voucher discount*, *member card*, dll. Serta pihak Genki Sushi harus lebih meningkatkan kualitas layanan dan citra merek sehingga konsumen tidak berpaling ke pesaing lain.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini dapat peneliti kerjakan dan selesaikan dengan bantuan dari banyak pihak dan peneliti sangat berterima kasih kepada mereka yang sangat membantu peneliti baik secara langsung dan tidak langsung, terutama adalah Tuhan Yang Maha Esa, orang tua dan keluarga peneliti, Ibu Rita Eka sebagai dosen pembimbing selama peneliti mengerjakan penelitian, para dosen dan para karyawan Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, dan sahabat-sahabat peneliti yang tidak bisa disebutkan satu-satu.

Daftar Pustaka

BUKU dan JURNAL

- Cooper, Donald R, Pamela S. Schindler (2011), *Metode Riset Bisnis* (terjemahan), Edisi 9, Volume I, Jakarta : PT Media Global Edukasi.
- Craven, David W, Piercy, Nigel F (2013), *Strategic Marketing*, Edisi 10, Singapore: McGrawHill.
- Fuad, Moor., Suharnomo (2013), Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amin Jaya Jepara*.
- Ginting, Marreta., Tarwiyah (2013), Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Kaki Lima JL. Sei Deli Medan*.
- Ghozali, Imam. (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang :Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar (2006), *Dasar-Dasar Ekonometrika*, Jakarta : Erlangga.
- Hariri, Mahsa dan Vazifehdust., Hossein. (2011), “*How Does Brand Extension Affect Brand Image ?*”. Kuala Lumpur, Malaysia : Faculty of Management and Economics, Islamic Azad University, Vol. 1.
- Irawan, Handi. (2009), *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Kotler Philip, Gary Armstrong (2012), *Principles of Marketing*, Edisi 14, United States : Pearson.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller (2012), *Marketing Management*, Edisi 14, United States : Pearson Education Limited.
- Leliga, Felicia Juliani (2013), Skripsi : “*Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Mediator pada The Dreamland Luxury Villas and Spa Bali*”.



Lovelock, Christoper, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2012), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Erlangga

Saidan Basrah., Samsul Arifin, Skripsi : *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market.*

Sugiyono (2012), *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.

Sunyo, Danang (2012), *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta : CAPS.

Supranto, J (2011), *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: Rineka Cipta

Tiptono, Fandy (2011). *Service Quality and Satisfation* , Edisi 2, Yogyakarta

Widiyanto, Ery., Ismi Darmastuti(2012), Skripsi : *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Body Repair Mobil Raps Glass Semarang*

Widjono, Ikhsan Ongko (2013), Skripsi : *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Layanan Drive Thru McDonald,s Basuki Rahmat di Surabaya*

<http://www.tripadvisor.co.id>
(diakses : 29 Mei 2016)

<http://www.news.liputan6.com/read/578701/video-bisnis-kuliner-sushi-ala-indonesia-semakin-berkembang>
(diakses : 29 Mei 2016)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
© Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.