



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN VARIASI MENU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DEPOT RUDY HERMANTO BANJARMASIN

(THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND MENU VARIETY ON CUSTOMER SATISFACTION AT RUDY HERMANTO DEPOT BANJARMASIN)

Adinda Ken Andari¹, Syamsuddinnor², dan Alfiannor³

^{1,2,3}STIMI Banjarmasin

Email: adindaandari@gmail.com

Abstract

This study examines the effect of service quality and menu variety on customer satisfaction at Depot Rudy Hermanto Banjarmasin. A quantitative descriptive approach was employed using primary data collected through questionnaires distributed to 100 customers selected via purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression, supported by validity and reliability tests, as well as t-test, F-test, and standardized beta analysis. The results indicate that service quality and menu variety each have a positive and significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously. The simultaneous test confirms that the two variables jointly contribute significantly to explaining customer satisfaction. Furthermore, standardized beta coefficients reveal that service quality is the most dominant factor influencing customer satisfaction compared to menu variety. These findings suggest that customer satisfaction in the culinary sector is strongly shaped by the quality of service interactions, supported by diverse and well-managed menu offerings. The study provides practical implications for culinary business managers to prioritize service quality improvements while continuously innovating menu options to enhance customer satisfaction and loyalty.

Keywords: Service Quality, Menu Variety, Customer Satisfaction, Culinary Business, Restaurant Management

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Depot Rudy Hermanto, dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien beta terstandarisasi dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Kualitas pelayanan terbukti menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan pengembangan variasi menu secara berkelanjutan penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di sektor kuliner.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki kekayaan budaya dan kuliner yang sangat beragam. Keanekaragaman kuliner tersebut tidak hanya mencerminkan identitas sosial dan budaya suatu daerah, tetapi juga menjadi daya tarik utama dalam pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Kuliner nusantara seperti rendang, gudeg, soto, hingga berbagai makanan khas daerah lainnya

menunjukkan bahwa makanan tidak sekadar pemenuhan kebutuhan konsumsi, melainkan juga memiliki nilai ekonomi dan budaya yang tinggi. Oleh karena itu, sektor kuliner saat ini menjadi salah satu tulang punggung pertumbuhan ekonomi nasional dan pariwisata Indonesia.

Peran strategis sektor kuliner tercermin dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia. Wibawati dan Prabhawati (2021) menyatakan bahwa subsektor kuliner menempati posisi tertinggi dengan kontribusi lebih dari 40 persen terhadap total PDB ekonomi kreatif nasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa industri kuliner memiliki potensi besar, namun juga menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat, sehingga pelaku usaha dituntut untuk mampu meningkatkan daya saing melalui peningkatan kualitas layanan dan inovasi produk. Terutama melalui peningkatan kualitas layanan dan penawaran produk yang variatif.

Pada tingkat regional, Kalimantan Selatan, khususnya Kota Banjarmasin, memiliki potensi kuliner yang sangat kuat. Pertumbuhan sektor usaha makanan dan minuman di daerah ini terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kondisi tersebut mendorong munculnya berbagai usaha kuliner baru yang saling bersaing dalam menarik pelanggan. Dalam situasi persaingan yang semakin kompetitif, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci bagi keberlangsungan usaha. Riyan, Agustina, dan Syamsuddinnor (2025) menegaskan bahwa kualitas pelayanan berperan penting dalam membentuk persepsi dan kepuasan pelanggan terhadap suatu organisasi atau usaha.

Kepuasan pelanggan merupakan respons emosional pelanggan yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan kinerja aktual suatu produk atau jasa. Putri, Syamsuddinnor, dan Alfiannor (2024) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan akan tercapai apabila layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Penelitian mereka menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga menjadi indikator utama keberhasilan suatu usaha jasa. Kualitas pelayanan yang tidak konsisten justru dapat menurunkan tingkat kepuasan dan berdampak pada menurunnya jumlah pelanggan.

Selain kualitas pelayanan, variasi menu juga menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada usaha kuliner. Variasi menu memberikan kebebasan bagi pelanggan untuk memilih sesuai dengan selera dan preferensi masing-masing, serta mengurangi kejenuhan bagi pelanggan yang sering berkunjung. Putri et al. (2024) menyatakan bahwa ketersediaan produk yang beragam dan lengkap mampu meningkatkan kepuasan pelanggan karena memberikan keleluasaan dalam memilih sesuai kebutuhan dan preferensi. Hal ini diperkuat oleh Astuti, Syamsuddinnor, dan Wahab (2024) yang menyebutkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas layanan dan nilai yang dirasakan dari produk atau jasa yang dikonsumsi.

Depot Rudy Hermanto Banjarmasin merupakan salah satu usaha kuliner yang cukup dikenal masyarakat dengan sajian khas Banjar dan menu nusantara lainnya. Meskipun telah memiliki citra yang baik dari segi cita rasa dan harga yang terjangkau, berdasarkan ulasan pelanggan dan pengamatan awal masih ditemukan beberapa permasalahan terkait kualitas pelayanan dan keterbatasan variasi menu. Kondisi ini tercermin dari fluktuasi jumlah pelanggan sepanjang tahun 2024 yang mengindikasikan adanya faktor-faktor internal yang memengaruhi tingkat kepuasan dan minat kunjungan pelanggan.



Penelitian Maurisa, Syamsuddinnor, dan Rehti (2025) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan secara simultan kualitas pelayanan bersama variabel lainnya berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Ansyari, Syamsuddinnor, dan Alfiannor (2024) yang menegaskan bahwa kualitas produk dan layanan merupakan faktor penting dalam membentuk kepuasan dan keputusan konsumen.

Beberapa penelitian terdahulu menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan variasi menu secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada berbagai jenis usaha, baik jasa maupun kuliner. Oleh karena itu, kajian mengenai pengaruh kualitas layanan dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan menjadi sangat relevan untuk dilakukan, khususnya pada Depot Rudy Hermanto Banjarmasin, guna memperoleh gambaran empiris sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Mengingat masih adanya keluhan pelanggan serta fluktuasi jumlah pengunjung di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin, maka diperlukan kajian empiris guna mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin" sebagai upaya memberikan kontribusi akademis sekaligus rekomendasi praktis bagi pengelolaan usaha kuliner di tengah persaingan yang semakin dinamis.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran yang berkaitan dengan respons emosional pelanggan setelah membandingkan antara harapan dan kinerja aktual produk atau jasa yang diterimanya. Tjiptono (2014:361) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berkontribusi pada terbentuknya loyalitas pelanggan, peningkatan reputasi perusahaan, berkurangnya sensitivitas terhadap harga, serta meningkatnya efisiensi dan produktivitas organisasi. Sejalan dengan hal tersebut, Tjiptono dan Chandra (2012:57) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memberikan manfaat utama berupa loyalitas pelanggan dan promosi dari mulut ke mulut yang bersifat positif. Kotler dan Armstrong (2012:36) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi nilai pelanggan, yaitu perbandingan antara manfaat yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan, sehingga tingkat kepuasan sangat bergantung pada kesesuaian antara harapan pelanggan dan kinerja layanan atau produk yang dirasakan.

Indikator kepuasan pelanggan digunakan untuk mengukur sejauh mana pelanggan merasa puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi. Menurut Lupiyoadi (2008:175), kepuasan pelanggan tercermin dari terpenuhinya harapan konsumen terhadap pelayanan, perasaan puas setelah menggunakan jasa, serta kepuasan terhadap fasilitas yang disediakan. Sementara itu, Hawkins dan Lonney dalam Tjiptono (2004:101) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan dapat diukur melalui kesesuaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan, minat pelanggan untuk melakukan kunjungan kembali atau pembelian ulang, serta kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Indikator-indikator tersebut

menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya berdampak pada pengalaman konsumsi saat ini, tetapi juga memengaruhi perilaku pelanggan di masa mendatang.

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan aspek penting dalam upaya perusahaan memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Kotler (2006:75) menyatakan bahwa kualitas layanan harus berawal dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, sehingga penilaian kualitas tidak ditentukan oleh penyedia jasa, melainkan oleh pelanggan sebagai pengguna layanan. Parasuraman et al. dalam Lupiyoadi (2011:195) mendefinisikan kualitas layanan sebagai tingkat perbedaan antara harapan pelanggan dengan kenyataan layanan yang diterima. Dengan demikian, kualitas layanan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas layanan bersifat subjektif karena dipengaruhi oleh pengalaman, informasi dari mulut ke mulut, serta komunikasi pemasaran yang diterima pelanggan. Oleh karena itu, kualitas layanan menjadi faktor strategis dalam membangun citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, dan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

Indikator kualitas layanan umumnya diukur menggunakan model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al. dalam Lupiyoadi (2011:196), yang terdiri dari lima dimensi utama. Dimensi keandalan (reliability) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara akurat dan dapat dipercaya sesuai janji. Dimensi jaminan (assurance) berkaitan dengan pengetahuan, sopan santun, serta kemampuan karyawan dalam menumbuhkan rasa aman dan kepercayaan pelanggan. Dimensi berwujud (tangibles) meliputi kondisi fisik seperti fasilitas, peralatan, dan penampilan karyawan. Dimensi empati (empathy) menunjukkan perhatian dan pelayanan secara personal kepada pelanggan, sedangkan dimensi daya tanggap (responsiveness) menggambarkan kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat. Kelima dimensi tersebut digunakan secara luas untuk menilai kualitas layanan karena mampu merepresentasikan pengalaman pelanggan secara menyeluruh.

Variasi Menu

Variasi menu merupakan salah satu strategi penting dalam industri kuliner untuk menarik dan mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat. Variasi menu menunjukkan keberagaman pilihan makanan dan minuman yang ditawarkan kepada konsumen, baik dari segi jenis, bahan, rasa, cara pengolahan, maupun penyajiannya. Kotler (2002:347) mendefinisikan variasi menu sebagai tersedianya seluruh jenis menu yang ditawarkan untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi oleh konsumen. Keberagaman menu memberikan keleluasaan bagi pelanggan dalam menentukan pilihan sesuai selera dan kebutuhannya, sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan dalam mengonsumsi produk. Dengan adanya variasi menu yang memadai, pelanggan cenderung tidak mudah berpindah ke tempat lain karena berbagai kebutuhannya telah terpenuhi dalam satu tempat.

Indikator variasi menu digunakan untuk menilai sejauh mana keberagaman menu mampu memenuhi harapan pelanggan. Menurut Sihombing M. et al. (2022), indikator variasi menu meliputi rasa produk yang sesuai dengan harapan konsumen, ukuran porsi yang seimbang dengan harga yang dibayarkan, kualitas bahan baku yang digunakan,

penampilan produk yang menarik, serta ketersediaan menu secara konsisten. Rasa yang enak dan kualitas bahan yang baik akan mendorong pelanggan melakukan pemesanan ulang, sedangkan porsi yang sesuai dan tampilan yang menarik memberikan nilai tambah terhadap pengalaman konsumsi. Selain itu, ketersediaan menu yang terjamin menjadi faktor penting agar pelanggan dapat memesan menu yang diinginkan setiap saat. Indikator-indikator tersebut menunjukkan bahwa variasi menu tidak hanya berkaitan dengan banyaknya pilihan, tetapi juga mencakup kualitas dan konsistensi produk yang ditawarkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh variabel kualitas layanan dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik. Penelitian ini bersifat penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian dengan cara mengumpulkan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh studi kepustakaan (library research) untuk memperoleh landasan teoritis yang relevan dari buku, jurnal, dan sumber ilmiah lainnya. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan program SPSS.

Penelitian ini dilaksanakan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin yang beralamat di Jl. A. Yani KM. 3,5 No. 285, Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Periode penelitian berlangsung selama lima bulan, yaitu dari Februari hingga Juni 2025. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Depot Rudy Hermanto Banjarmasin selama tahun 2024 yang berjumlah 26.665 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu, antara lain pelanggan yang pernah berkunjung ke Depot Rudy Hermanto Banjarmasin dan berusia minimal 17 tahun. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data penelitian bersumber dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner, wawancara, dan observasi, serta data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dan sumber lain yang relevan dengan penelitian.

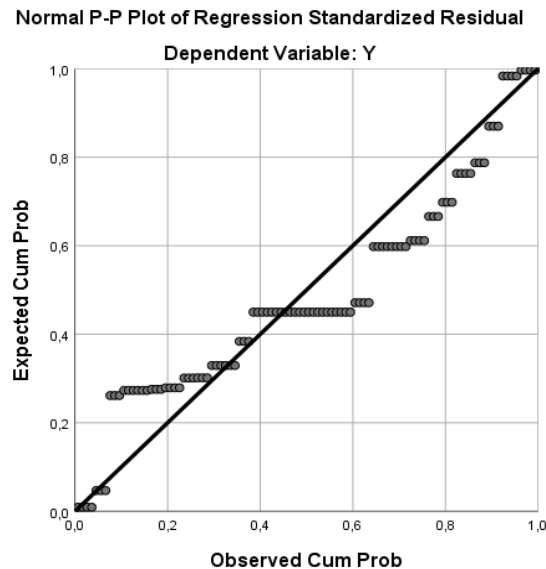
HASIL DAN PEMBAHASAN

Depot Rudy Hermanto Banjarmasin merupakan rumah makan keluarga yang berdiri sejak 11 Maret 2005 dan dikelola langsung oleh Rachmat Hermanto. Usaha ini berawal dari Salon Rudy H sebelum bertransformasi menjadi rumah makan seiring melihat peluang di bidang kuliner. Pada awal operasional, depot menyajikan masakan matang khas Banjar, kemudian beralih ke sistem penyajian segar (fresh cook) sesuai permintaan pelanggan. Hingga kini, pengelolaan usaha masih berada sepenuhnya di bawah kendali pemilik tanpa melibatkan pihak luar. Berlokasi strategis di Kota Banjarmasin, depot ini dikenal dengan standar kebersihan yang baik, pelayanan ramah, serta menu andalan seperti Patin Bakar dan Lais Bakar, disertai pilihan menu nusantara dan Tionghoa dengan harga terjangkau, sehingga menjadi salah satu tempat makan favorit masyarakat, pekerja, mahasiswa, dan wisatawan.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas
Hasil Uji Normalitas – P-P Plot Standardized Residual



Sumber: Hasil *Output* SPSS 26, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 1 diatas, bahwa garis diagonal hitam tebal menunjukkan distribusi normal teoritis. Titik-titik adalah nilai residual terstandarisasi yang diamati secara kumulatif. Titik-titik pada plot cenderung mengikuti garis diagonal dengan cukup baik, tidak terlihat penyimpangan besar atau pola yang menyimpang jauh dari garis lurus. Ini menunjukkan bahwa residual menyebar mendekati distribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

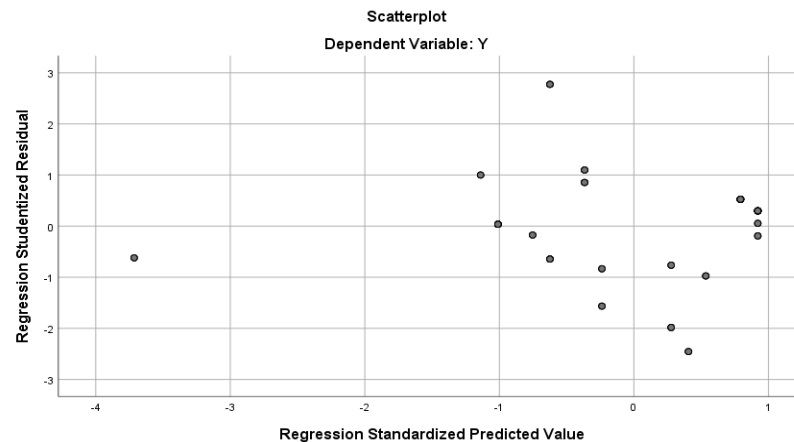
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	4,314	2,236		1,929	0,057		
X1	0,136	0,070	0,128	1,947	0,054	0,218	4,579
X2	0,810	0,063	0,839	12,785	0,000	0,218	4,579

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil *output* SPSS 26, 2025

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa kedua variabel independen memiliki nilai tolerance sebesar $0,218 > 0,10$ serta nilai VIF sebesar $4,579 < 10$. Dengan demikian, disimpulkan penelitian tidak menemukan masalah multikolinieritas pada semua variabelnya.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1 Grafik Scatterplot

Sumber: Hasil *Output* SPSS 26, 2025

Berdasarkan gambar, bahwa titik pada grafik menyebar acak baik I atas maupun di bawah sumbu horizontal. Disimpulkan tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.

Analisa Hasil

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,314	2,236		1,929	,057
	X1	,136	,070	,128	1,947	,054
	X2	,810	,063	,839	12,785	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil *Output* SPSS 26, 2025

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada Tabel 4.15, diperoleh nilai konstanta (α) sebesar 4.314, koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0.136, dan koefisien regresi variabel Variasi Menu (X_2) sebesar 0.810. Dengan demikian, persamaan regresi linier berganda yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 4.314 + 0.136X_1 + 0.810X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 4.314 menunjukkan apabila variabel Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka tingkat Kepuasan Pelanggan berada pada nilai 4.314. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0.136 menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, yang berarti setiap peningkatan satu satuan Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.136 dengan asumsi variabel lain tetap. Selanjutnya, koefisien

regresi Variasi Menu (X_2) sebesar 0.810 juga menunjukkan pengaruh positif dan lebih dominan terhadap Kepuasan Pelanggan, yang berarti setiap peningkatan satu satuan Variasi Menu akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.810 dengan asumsi variabel lain konstan. Hal ini mengindikasikan bahwa Variasi Menu memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan Kualitas Pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Tabel 4 Hasil Uji t

Variabel	t-hitung	t-tabel	Signifikansi	Ket
$X_1 \rightarrow Y$	17,392	1,661	0,000	Signifikan
$X_2 \rightarrow Y$	30,608	1,661	0,000	Signifikan

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang ditunjukkan pada Tabel 4.16, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai t-hitung sebesar 17,392 yang lebih besar dari t-tabel 1,661 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga secara statistik Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin. Selanjutnya, variabel Variasi Menu (X_2) juga menunjukkan hasil yang signifikan dengan nilai t-hitung sebesar 30,608 yang lebih besar dari t-tabel 1,661 serta tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti Variasi Menu secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dan kedua dalam penelitian ini diterima, yang menegaskan bahwa baik Kualitas Pelayanan maupun Variasi Menu memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin.

2. Uji F (Simultan)

**Tabel 5 Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6194,820	2	3097,410	483,643	,000 ^b
	Residual	621,220	97	6,404		
	Total	6816,040	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) yang disajikan pada Tabel 4.17, diperoleh nilai Fhitung sebesar 483,643 yang lebih besar dari Ftabel sebesar 3,090 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa secara statistik Kualitas Pelayanan (X_1) dan Variasi Menu (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin. Dengan

demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu secara simultan memberikan kontribusi penting dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin.

3. Uji Dominan

Tabel 6 Hasil Pengujian Variabel Dominan

Variabel	Koefisien Standardized (Beta)
KP	0,928
VM	0.919

KP = Kualitas Pelayanan
VM = Variasi Menu

Sumber: Data primer diolah, 2025

Untuk mengetahui variabel yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, dilakukan analisis terhadap nilai koefisien beta terstandarisasi dari masing-masing variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan (KP) dan Variasi Menu (VM). Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,928, sedangkan Variasi Menu memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,919. Kedua nilai tersebut sama-sama menunjukkan pengaruh yang kuat dan positif terhadap kepuasan pelanggan. Namun, karena nilai koefisien beta Kualitas Pelayanan lebih besar dibandingkan Variasi Menu, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin. Oleh karena itu, peningkatan kepuasan pelanggan sebaiknya lebih diprioritaskan pada aspek kualitas pelayanan, tanpa mengesampingkan peran variasi menu sebagai faktor pendukung.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin, yang dibuktikan melalui nilai t-hitung sebesar 17,392 lebih besar dari t-tabel 1,661 serta tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga Hipotesis 1 diterima. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara langsung berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Putri, Syamsuddinor, dan Alfiannor (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut, terutama pada dimensi daya tanggap dan jaminan pelayanan. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting lintas sektor jasa, termasuk usaha kuliner dan kesehatan.

Lebih lanjut, penelitian Astuti, Syamsuddinor, dan Wahab (2024) yang meneliti pengguna aplikasi GrabBike di Banjarmasin juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun variabel harga tidak selalu menjadi faktor penentu utama. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Depot Rudy Hermanto bahwa pengalaman pelayanan, seperti kecepatan, keramahan, dan ketepatan pelayanan, lebih dominan memengaruhi kepuasan pelanggan dibandingkan faktor lainnya. Dalam penelitian ini, dimensi responsiveness menjadi indikator paling

dominan, yang tercermin dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan dan merespons kebutuhan tambahan secara cepat dan sopan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan Maurisa, Syamsuddinnor, dan Rehti (2025) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor jasa, di mana interaksi langsung antara karyawan dan pelanggan menjadi penentu utama persepsi kualitas layanan. Kesamaan ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan seperti empati, jaminan, dan keandalan memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan melalui pengalaman layanan yang dirasakan secara langsung.

Penelitian lain oleh Ansyari, Syamsuddinnor, dan Alfiannor (2024) juga menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor strategis dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, terutama ketika didukung oleh bukti fisik yang memadai dan sikap profesional karyawan. Hal ini selaras dengan temuan penelitian ini, di mana dimensi tangibles seperti kebersihan restoran, kerapian tata ruang, dan penampilan karyawan turut memperoleh penilaian sangat baik dari pelanggan dan memperkuat citra profesional Depot Rudy Hermanto.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya didukung oleh uji statistik, tetapi juga diperkuat oleh temuan empiris dari berbagai penelitian terdahulu yang relevan. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan, dan dalam konteks Depot Rudy Hermanto Banjarmasin, pelayanan yang cepat, ramah, profesional, serta didukung lingkungan restoran yang bersih dan nyaman telah mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan merupakan strategi utama dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan pada usaha kuliner.

2. Pengaruh Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji t menunjukkan bahwa Variasi Menu berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin, yang dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 12,785 lebih besar dari t-tabel 1,661 serta tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis kedua diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin beragam menu yang ditawarkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Variasi menu dalam penelitian ini mencakup aspek rasa makanan, ukuran porsi, kualitas bahan baku, tampilan hidangan, dan ketersediaan menu, sebagaimana definisi variasi menu menurut Kotler (2002) yang menyatakan bahwa keberagaman produk makanan memberikan keleluasaan bagi konsumen dalam memilih sesuai selera dan kebutuhannya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Putri, Syamsuddinnor, dan Alfiannor (2024) yang menyimpulkan bahwa kelengkapan dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena memberikan rasa aman dan kenyamanan dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan hasil kuesioner, indikator kualitas produk menjadi aspek paling dominan dalam variabel variasi menu dengan nilai rata-rata 0,782 dan variance 0,611, menunjukkan bahwa pelanggan sangat memperhatikan kualitas bahan baku seperti ayam dan daging sapi yang digunakan. Secara deskriptif, nilai rata-rata total variabel variasi menu sebesar 4,51 mengindikasikan kategori puas hingga sangat puas. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Astuti, Syamsuddinnor, dan Wahab (2024) yang

menegaskan bahwa kualitas produk yang dirasakan pelanggan memiliki kontribusi besar terhadap kepuasan, bahkan lebih dominan dibandingkan faktor harga. Pelanggan Depot Rudy Hermanto menilai bahwa bahan makanan yang segar, pengolahan yang bersih dan higienis, serta cita rasa yang konsisten menjadi faktor utama dalam membentuk kepuasan dan kepercayaan.

Dari aspek rasa, responden memberikan penilaian sangat tinggi, di mana rasa makanan menjadi pertimbangan utama dalam pemesanan (nilai rata-rata 4,35–4,48). Hal ini menunjukkan bahwa cita rasa tetap menjadi elemen inti dalam keputusan pembelian dan niat berkunjung kembali. Temuan ini selaras dengan penelitian Maurisa, Syamsuddinnor, dan Rehti (2025) yang menyatakan bahwa kualitas produk, khususnya rasa dan konsistensi, berperan besar dalam membentuk pengalaman positif pelanggan pada usaha jasa dan kuliner. Selain itu, kesesuaian porsi juga memperoleh penilaian tinggi (rata-rata 4,31–4,51), yang menunjukkan bahwa pelanggan merasa harga yang dibayarkan sepadan dengan porsi yang diterima dan mendorong terjadinya repeat order.

Selanjutnya, aspek penampilan hidangan dan ketersediaan menu turut memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penampilan makanan yang menarik memperoleh nilai rata-rata 4,42–4,43, menunjukkan bahwa daya tarik visual berperan sebagai stimulus awal dalam keputusan pembelian. Konsistensi ketersediaan menu juga dinilai sangat baik dengan nilai rata-rata 4,38–4,48, yang menunjukkan bahwa pelanggan menghargai stabilitas pasokan menu sebagai keunggulan kompetitif. Temuan ini konsisten dengan penelitian Ansyari, Syamsuddinnor, dan Alfiannor (2024) yang menegaskan bahwa keberagaman dan konsistensi produk merupakan faktor penting dalam menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen, serta diperkuat oleh penelitian Gunawan et al. (2025) dan Dwiantari et al. (2025) yang menyatakan bahwa variasi menu memainkan peran strategis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada bisnis kuliner, bahkan ketika dimoderasi oleh faktor atmosfer restoran.

Secara keseluruhan, hasil statistik dan analisis deskriptif menunjukkan bahwa variasi menu merupakan salah satu faktor utama yang membentuk pengalaman positif pelanggan, sejalan dengan temuan Nurapriya et al. (2023) yang menekankan bahwa variasi menu menjadi daya tarik utama UMKM kuliner dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan yang ketat. Dalam konteks Depot Rudy Hermanto Banjarmasin, keberagaman menu yang didukung oleh cita rasa yang lezat, porsi yang sesuai, kualitas bahan yang terjaga, tampilan yang menarik, serta ketersediaan menu yang konsisten telah berhasil memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan dari berbagai segmen. Oleh karena itu, inovasi menu yang berkelanjutan dan konsistensi kualitas perlu terus dipertahankan sebagai strategi utama dalam meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan di masa mendatang.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar 483,643 jauh lebih besar dibandingkan Ftabel sebesar 3,090 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis simultan diterima. Hal ini berarti bahwa Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin. Temuan ini memperkuat hasil pengujian parsial sebelumnya yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel

independen juga memiliki pengaruh signifikan secara terpisah terhadap kepuasan pelanggan. Secara empiris, hasil ini selaras dengan penelitian Maurisa, Syamsuddinnor, dan Rehti (2025) yang menyatakan bahwa kombinasi kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan secara signifikan pada sektor jasa, karena pelanggan menilai pengalaman layanan secara menyeluruh, bukan hanya dari satu aspek saja.

Lebih lanjut, penelitian Putri, Syamsuddinnor, dan Alfiannor (2024) menegaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui sinergi antara pelayanan yang responsif dan ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, di mana kedua faktor tersebut saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman konsumsi yang positif. Dalam konteks Depot Rudy Hermanto, pelanggan tidak hanya menilai keramahan, kecepatan, dan perhatian pelayan, tetapi juga keberagaman menu, kualitas bahan, tampilan hidangan, serta konsistensi ketersediaan menu. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil dari integrasi antara interaksi pelayanan dan kualitas produk yang dirasakan secara bersamaan.

Temuan penelitian ini juga konsisten dengan hasil penelitian Astuti, Syamsuddinnor, dan Wahab (2024) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi daring, namun pengaruh tersebut akan semakin kuat ketika didukung oleh nilai produk atau layanan yang memadai. Hal serupa terlihat pada Depot Rudy Hermanto, di mana pelayanan yang ramah dan cepat akan semakin bermakna ketika diiringi dengan menu yang beragam, lezat, dan berkualitas. Sebaliknya, menu yang baik tanpa pelayanan yang memuaskan juga tidak cukup untuk menciptakan kepuasan pelanggan secara optimal.

Selain itu, penelitian Ansari, Syamsuddinnor, dan Alfiannor (2024) menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh konsistensi kualitas pelayanan dan produk yang diberikan secara simultan, karena pelanggan membentuk persepsi berdasarkan pengalaman total selama proses konsumsi. Penelitian Gunawan et al. (2025) serta Dwiantari et al. (2025) juga menegaskan bahwa variasi menu dan kualitas pelayanan secara bersamaan memiliki peran strategis dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha kuliner, bahkan ketika dimoderasi oleh faktor atmosfer restoran. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan bersifat multidimensional dan dipengaruhi oleh kombinasi berbagai elemen layanan dan produk.

Secara keseluruhan, hasil uji simultan dan analisis deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel kualitas pelayanan dan variasi menu berada pada kategori puas hingga sangat puas, yang mengindikasikan bahwa pengalaman pelanggan di Depot Rudy Hermanto telah memenuhi ekspektasi mereka secara komprehensif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ramadhany dan Suyanto (2025) yang menyatakan bahwa sinergi antara pelayanan yang prima dan variasi menu yang beragam merupakan kunci utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada sektor kuliner. Oleh karena itu, Depot Rudy Hermanto Banjarmasin perlu mempertahankan dan meningkatkan kedua aspek tersebut secara bersamaan, karena pelayanan yang baik tanpa dukungan menu yang menarik berpotensi menimbulkan kejenuhan, sementara menu yang beragam tanpa pelayanan yang memadai dapat menurunkan minat kunjungan ulang. Sinergi antara unit pelayanan dan dapur menjadi strategi penting dalam menjaga kualitas pengalaman pelanggan secara holistik dan berkelanjutan.

4. Variabel Dominan antara Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji koefisien beta terstandarisasi, variabel Kualitas Pelayanan (KP) memiliki nilai koefisien tertinggi sebesar 0,928, sedangkan Variasi Menu (VM) memiliki nilai koefisien sebesar 0,919, yang menunjukkan bahwa kedua variabel sama-sama berpengaruh kuat terhadap kepuasan pelanggan, namun Kualitas Pelayanan merupakan variabel yang paling dominan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin. Temuan ini menegaskan bahwa pelanggan tidak hanya menilai kepuasan dari keberagaman menu yang tersedia, tetapi lebih menekankan pada pengalaman pelayanan yang diterima secara langsung, seperti keramahan karyawan, kecepatan dan ketepatan penyajian, serta kesiapan pelayan dalam merespons kebutuhan pelanggan. Dominasi Kualitas Pelayanan ini juga diperkuat oleh hasil uji t, di mana nilai t-hitung Kualitas Pelayanan (17,392) lebih besar dibandingkan Variasi Menu (12,785), sehingga menunjukkan bahwa pelayanan yang baik memiliki kemampuan lebih besar dalam membentuk kesan positif dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan konsep kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang menekankan pentingnya dimensi *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* dalam membangun persepsi pelanggan, serta didukung oleh temuan empiris Putri, Syamsuddinor, dan Alfiannor (2024), Astuti, Syamsuddinor, dan Wahab (2024), serta Maurisa, Syamsuddinor, dan Rehti (2025) dalam jurnal SERVQUAL yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dibandingkan atribut produk semata. Selain itu, penelitian Yulisetiarni et al. (2022) dan Ansyari, Syamsuddinor, dan Alfiannor (2024) juga menegaskan bahwa pada restoran dan usaha kuliner berskala lokal, pelanggan cenderung lebih menghargai pengalaman interaksi pelayanan dibandingkan variasi menu yang ditawarkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi peningkatan kepuasan pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin sebaiknya lebih diprioritaskan pada optimalisasi kualitas pelayanan melalui peningkatan kompetensi karyawan, penerapan SOP pelayanan yang cepat dan konsisten, serta komunikasi yang ramah dan empatik, sementara variasi menu tetap dikembangkan sebagai faktor pendukung yang memperkuat pengalaman pelanggan secara menyeluruh.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu terhadap Kepuasan Pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan meliputi keramahan, kecepatan, ketepatan, dan perhatian terhadap pelanggan maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan. Selain itu, variasi menu juga terbukti berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti keberagaman menu, cita rasa, kualitas bahan, tampilan, dan ketersediaan menu mampu meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, kualitas pelayanan dan variasi menu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga kedua variabel tersebut secara bersama-sama berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan di Depot Rudy Hermanto Banjarmasin. Di antara kedua variabel tersebut, kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, yang



menegaskan bahwa interaksi pelayanan menjadi aspek utama dalam penilaian pelanggan terhadap restoran.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya terkait kajian kepuasan pelanggan pada sektor kuliner. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, suasana restoran, atau lokasi, serta memperluas objek penelitian agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif dan memiliki daya generalisasi yang lebih luas. Secara praktis, manajemen Depot Rudy Hermanto Banjarmasin disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui pelatihan karyawan, penerapan standar operasional pelayanan yang konsisten, serta peningkatan komunikasi yang ramah dan responsif kepada pelanggan. Selain itu, inovasi menu perlu dilakukan secara berkala dengan tetap menjaga kualitas bahan dan cita rasa agar pelanggan tidak merasa bosan. Bagi pelanggan, diharapkan dapat memberikan kritik dan saran yang konstruktif sebagai bentuk umpan balik, sehingga manajemen dapat terus melakukan perbaikan dan peningkatan layanan sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh sistem administrasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di PT Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 6(1).
- Akbar, U. (2006). *Metodologi penelitian sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alfiannor, A. (2024). Analisis Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Beli Konsumen: Literatur Review. *Ekodestinas*, 2(2), 128-137.
- Alfiannor, A. (2024). The Influence of Brand Image and Marketing Mix on General Patient Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Ekotrans & Erudisi*, 4(1), 41-51.
- Alfiannor, A., Syamsuddinnor, S., & Tusiana, D. (2025). THE INFLUENCE OF PATIENT TRUST AND SERVICE DIGITALIZATION ON GENERAL PATIENT SATISFACTION WITH SERVICE QUALITY AS AN INTERVENING VARIABLE.
- Ambika, S. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Bengkel Motor Paramitha Graha Denpasar. *Jurnal EMBA*, 2(2), 440-455.
- Amirullah, & Hardjanto, I. (2005). *Pengantar bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Andriani, F., & Saputra, R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Seafood Kenjeran Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 97-105.
- Ansyari, S., Syamsuddinnor, & Alfiannor. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada pelanggan beras Siam Mutiara merek Jembatan Barito di Kota Banjarmasin). *SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 107-116. <https://ejournal.anugrahdutaperdana.com/index.php/adp>
- Ansyari, S., Syamsuddinnor, S., & Alfiannor, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Beras Siam Mutiara Merek Jembatan Barito Di Kota Banjarmasin). *Servqual: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 107-123.
- Ariani, D. W. (2005). *Manajemen kualitas: Pendekatan sisi kualitatif*. Jakarta: Ghalia Indonesia.



- Arief, M. (2007). *Pemasaran jasa dan kualitas pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arya, K. R., Wahab, A., & Alfiannor, A. (2024). The Influence of Brand Image and Brand Trust on Purchase Decision of Vivo Smartphones Among Undergraduate Students of The 2020 Cohort At STIMI Banjarmasin. *Hut Publication Business and Management*, 4(1), 17-26.
- Astuti, D., Syamsuddinnor, & Wahab. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna GrabBike di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Astuti, E. P. A., Syamsuddinnor, & Wahab, A. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Grab GrabBike (Studi pada mahasiswa Program Studi Manajemen STIMI Banjarmasin). *SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 88–96.
<https://ejournal.anugrahdutaperdana.com/index.php/adp>
- Darmaatmadja, I. (2011). *Manajemen usaha boga*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fandy, T. (2000). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fatimah, M., Syamsuddinnor, S., & Alfiannor, A. (2023). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Fashion Muslimah (Studi kasus pada Suna Gallery Banjarmasin). *Servqual: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-12.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: How to earn it, how to keep it*. New York: Jossey-Bass.
- Gunawan, A., et al. (2025). Pengaruh variasi menu dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen di Prata Waroeng 8 Tiban. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Ismail, R., Wahab, A., & Alfiannor, A. (2025). Pengaruh Typical Personal Endorsement Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific. *Servqual: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 70-85.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen pemasaran* (Edisi ke-11). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi ke-12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2008). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2011). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maurisa, N., Syamsuddinnor, & Rezt. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sektor jasa. *Jurnal SERVQUAL*.
- Maurisa, Syamsuddinnor, & Rezt. (2025). Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa nail art (Studi pada WitcheryNails Banjarmasin). *SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 224–233.
<https://ejournal.anugrahdutaperdana.com/index.php/adp>
- Nurapriilia, R., et al. (2023). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan variasi menu terhadap kepuasan konsumen UMKM kuliner. *Jurnal Manajemen Bisnis*.



- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Putri, A. P., Syamsuddinnor, & Alfiannor. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan (Studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lutut). *SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 69–77. <https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp>
- Putri, R. A., Syamsuddinnor, & Alfiannor. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Ramadhany, R., & Suyanto. (2025). Sinergi kualitas pelayanan dan variasi menu terhadap kepuasan pelanggan kuliner. *Jurnal Pariwisata dan Bisnis*.
- Rasiobar, M. R., & Alfiannor, A. (2023). The Effect of Lifestyle, Self-Concept and Perceived Value on Purchasing Decisions Ice Cream Baskin Robbins in Giant Express Banjarmasin. *Apollo: Journal of Tourism and Business*, 1(2), 55-63.
- Riyan, M., Agustina, T., & Syamsuddinnor. (2025). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi (Studi pada STIMI Banjarmasin). *SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 1–10. <https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp>
- Sihombing, M., et al. (2022). Analisis variasi menu terhadap kepuasan pelanggan restoran. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Yulisetiarni, D., et al. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan restoran lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Zulian, Y. (2010). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.