JRT
Journal Of Responsible Tourism
Vol.6, No.2, Nopember 2026

Optimalisasi Pelayanan Restoran Lombok Raya Hotel terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen

Novia Reneika Putri[1], I Putu Gede[2], Sri Wahyuningsih[3]
[1,2,3]Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram
E-mail: [1]renekaputrinovia@gmail.com, [2]Putugede@gmail.com, [3]Sriwahyuningsih@gmail.com

Article History:
Received: 23-09-2026
Revised: 16-10-2026
Accepted: 26-10-2026

Keywords: *optimalisasi pelayanan, kepuasan pelanggan, loyalitas konsumen, restoran, Lombok Raya Hotel*

Abstract: *Penelitian tentang "Optimalisasi Pelayanan Restoran Lombok Raya Hotel Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen" didasari oleh pentingnya kualitas pelayanan pada industri perhotelan, khususnya di sektor restoran, yang berperan besar dalam membentuk pengalaman dan persepsi pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana optimalisasi pelayanan di restoran Hotel Lombok Raya dan Untuk menganalisis faktor-faktor pendorong dan penghambat optimalisasi pelayanan restoran Hotel Lombok Raya. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui observasi dan wawancara dengan pramusaji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya optimalisasi pelayanan restoran Hotel Lombok Raya yaitu; memastikan pelayanan sesuai standar operasional prosedur (SOP), memastikan kebutuhan makan tamu terpenuhi, komunikasi yang efektif antara pramusaji dan bagian dapur (chef), memastikan kebersihan dan hygiene staf pramusaji.*

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa suasana restoran mungkin tidak selalu memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun penting. Di era persaingan sekarang ini, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berdampak pada loyalitas konsumen. Kepuasan dikatakan oleh Zeithaml (2013) yang berarti respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Maka, kepuasan konsumen senantiasa menjadi nilai lebih serta menjadi suatu keniscayaan. Kotler dan Keller, (2012) menegaskan pentingnya kepuasan konsumen untuk mewujudkan ekspektasi pelanggan. Ditegaskan pula oleh Abbas, (2020), bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli. Persaingan yang sangat ketat memaksa setiap perusahaan saling bersaing dalam memberikan kepuasan kepada para konsumen. Dengan demikian, pelayanan yang cepat, tanggap terhadap keluhan, serta kemampuan memahami kebutuhan pelanggan merupakan aspek penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah kunci untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Dari hasil observasi peneliti, ditemukan permasalahan pelayanan seperti; kurangnya keramahan pramusaji ketika menyambut pelangan, kurangnya kemampuan berkomunikasi Bahasa Asing (Bahasa Inggris) pramusaji, tidak adanya pramusaji yang secara khusus bertugas untuk selalu memonitor kebutuhan dan kondisi di restoran membuat pelayanan kurang optimal, kurangnya Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas untuk menangani keluhan dan koordinasi antar staf juga menjadi penghambat dalam memberikan pelayanan

yang konsisten dan memuaskan. Sehingga, penelitian tentang optimalisasi pelayanan restoran Lombok Raya Hotel terhadap kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas konsumen penting dilakukan sebagai upaya meningkatkan kualitas pelayanan restoran agar tercapai kepuasan dan loyalitas pelanggan.

LANDASAN TEORI

1. Teori Pemasaran

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Pemasaran. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, (2011) Pemasaran adalah proses dimana seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui penciptaan, penawaran dan penukaran barang dan jasa. Pemasaran meliputi kegiatan keseluruhan system yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan usaha, yang bertujukan merencanakan, menentukan harga, hingga mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang dan jasa yang akan memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun yang potensial. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain (Kotler dan Keller, 2012) Pemasaran berarti proses mengelola pasar untuk menghasilkan pertukaran dan hubungan dengan tujuan untuk menciptakan nilai serta memuaskan kebutuhan dan keinginan. Konsep pasar inilah yang membawa pada konsep pemasaran, yaitu cara dan falsafah baru yang dibuat dengan tiga faktor dasar (Samuel, H. dan Foedjiawati, 2005):

1) Seluruh kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen.
2) Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan, dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.
3) Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.

2. Bauran Pemasaran (Marketting Mix)

Setiap perusahaan menggunakan sejumlah alat untuk mendapatkan respon dari konsumen terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Salah satu alat yang digunakan perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran adalah dengan menggunakan bauran pemasaran.

Menurut Sofjan (2009) *Marketing Mix* adalah kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan oleh manajer untuk menjalankan strategi pemasaran dalam upaya mencapai tujuan perusahaan didalam pasar sasaran tertentu. Sedangkan Praestuti (2020), bauran pemasaran merupakan suatu kegiatan yang terdapat dalam variabel-variabel yang digunakan pihak perusahaan untuk menentukan target pasar dan juga mempengaruhi konsumen. Untuk perusahaan produk, bauran pemasaran menggunakan empat komponen utama yaitu harga *(price),* produk *(product),* tempat *(place),* dan promosi *(promotion).* Sedangkan untuk perusahaan jasa, bauran pemasaran menggunakan tujuh komponen, yang merupakan pengembangan dari 4P dengan tambahan elemen orang *(people),* proses *(process),* dan bukti fisik *(physical evidence).*

Adapun rangkaian variabel atau unsur-unsur itu adalah produk *(product),* unsur harga *(price),* unsur promosi *(Promotion),* dan unsur tempat *(Place)* atau biasa juga disebut konsep 4P. Pengertian *marketing mix* saat ini populer dengan konsep 4P biasanya atau lebih

cocok untuk pemasaran produk nyata (barang), sedangkan untuk produk atau jasa popular dengan sebutan 7P (Kotler dan Keller ; 2011) yaitu:

1) *Product (*Produk). Adalah sekelompok sifat-sifat yang berwujud *(tangiable)* dan tidak berwujud *(intangiable)*
2) *Price* (Harga). Pengertian harga adalah sejumlah uang sebagai alat ukur untuk memperoleh produk atau jasa
3) *Place* (Distribusi). Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga penggunaannya sesuai yang diperlukan.
4) *Promotion* (Promosi). Promosi adalah sebagai faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, betapapun hebatnya kualitas dan kegunaan suatu barang bila konsumen tidak mengetahui dan tidak yakin atas barang-barang tersebut tentunya konsumen tidak akan membelinya.
5) *People* (Sumber daya Manusia). Tanpa dipungkiri kualitas Sumber daya manusia memegang peran utama yang menentukan perkembangan perusahaan terlebih perusahaan jasa. Profesionalisme dan berwawasan global adalah kunci utama sumber daya manusia untuk meraih sukses.
6) *Physical Evidence* (Penampilan Fisik). Penampilan fisik sebagai salah satu simbol yang ikut berperan dalam mendukung keberhasilan pemasaran sebuah perusahaan, sebab apa yang dilihat pertama kali dari konsumen adalah penampilan baik dari sarana dan prasarana perusahaan tersebut ataupun personil yang mewakili perusahaan tersebut.

3. Konsep Pelayanan Prima *(Excellent Service)*

Pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan (uang) atau jasa. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung (Moenir 2005). Kebutuhan-kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan phisik, kebutuhan sosial, dan kebutuhan psikologis (Sulastiyono, 2002). Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, klien, pasien, penumpang dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani. Menurut Kotler (2012), pelayanan yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Menurut Fandy Tjiptono (2019) pelayanan *(service)* bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan *(back office atau backstage)* dan *service delivery* yang biasanya tampak *(visible)* atau diketahui pelanggan (sering disebut pula *front office atau front stage*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data primer diperoleh dari wawancara dengan informan yang telah ditentukan secara *purposive sampling* berdasarkan kriteria-kriteria yang sudah ditetapkan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen penelitian terdahulu, studi kepustakaan dari buku-buku, artikel jurnal terkait dan dan juga berbagai sumber lainnya. Adapun tehnik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan Adapun tehnik penentuan informan dalam penelitian ini berdasarkan *purposive sampling*.

Purposive sampling bertujuan dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. (Arikunto, 2006). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lapangan, wawancara dengan informan. Tehnik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini meliputi; 1) Observasi, adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaanya 2) Wawancara, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber 3) Dokumentasi, merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektroni (Idrus,2021). Teknik analisa data dalam penelitian ini, meliputi 1) Pengumpulan data, 2) Reduksi data 3) Display data 4) Penarikan kesimpulan (Ismail et all 2019). Dalam penelitian ini, ada langkah-langkah dalam pengecakan keabsahan data, ini meliputi ; 1) Perpanjang masa penelitian 2) Pencermatan pengamatan 3)Triangulasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lombok Raya Hotel adalah hotel bintang empat yang terletak di pusat kota Mataram, ibu kota Provinsi Nusa Tenggara Barat. Hotel ini memiliki 264 kamar yang sebagian besar dilengkapi dengan balkon privat dan pemandangan taman atau kolam renang. Tipe kamar tersedia mulai dari *Superior, Super Deluxe, Junior Suite, Executive Suite, Royal Suite*, hingga *Presidential Suite,* dengan fasilitas lengkap seperti AC, Wi-Fi, TV LCD, dan ruang tamu di tipe suite tertentu. Hotel ini mendukung pengembangan pariwisata dan kegiatan ekonomi lokal dengan menyediakan fasilitas yang kondusif untuk berbagai acara baik lokal maupun nasional. Lombok Raya Hotel menawarkan kenyamanan dengan sentuhan alam yang indah, lokasi strategis di pusat kota, serta fasilitas lengkap yang sesuai untuk wisatawan bisnis maupun keluarga yang berkunjung ke Mataram.

Standar Operasional Prosedur Pelayanan di Restoran Hotel Lombok Raya

Standar Operasional Prosedur (SOP) Pelayanan di Restoran Hotel Lombok Raya meliputi beberapa tahapan penting yang bertujuan memberikan pelayanan yang profesional dan memuaskan bagi tamu. Berikut SOP pelayanan restoran Hotel Lombok Raya.

1. Persiapan
   a) Persiapan diri pramusaji meliputi hadir tepat waktu, mengikuti standar *grooming* (penampilan), dan membawa perlengkapan kerja.
   b) Persiapan peralatan dan area kerja mencakup menyiapkan perlengkapan makan, minum, perangkat elektronik, serta menjaga kebersihan area restoran.
2. Pelaksanaan Pelayanan
   a) Menyambut tamu dengan salam sopan sesuai waktu.
   b) Memandu dan mendudukkan tamu dengan cara menarik kursi bagi wanita terlebih dahulu.
   c) Menyajikan hand towel basah sebagai simbol keramahan.
   d) Menyerahkan menu makanan dan minuman, menjelaskan menu sesuai kebutuhan.
   e) Menerima pesanan minuman dan makanan secara tertulis yang kemudian diserahkan ke bagian bar atau dapur.
   f) Menyajikan minuman terlebih dahulu, kemudian makanan, dengan urutan hidangan disesuaikan (misalnya wanita dahulu).

g) Menjaga dan memperhatikan kebutuhan tamu selama makan, menanyakan kepuasan dan apakah ada tambahan pesanan.
h) Melakukan pembersihan meja ketika piring atau gelas sudah kosong secara berkala.
i) Menawarkan dan menyajikan hidangan penutup.
j) Membawakan dan memproses pembayaran tagihan tamu.
k) Melakukan salam perpisahan dengan ucapan terima kasih kepada tamu.

3. Penutupan Operasional
a) Melakukan proses closing shift kasir dan persiapan peralatan untuk operasional berikutnya.
b) Menyusun ulang dan membersihkan area kerja agar siap digunakan kembali

Optimalisasi Pelayanan Restoran Hotel Lombok Raya

Optimalisasi pelayanan restoran, khususnya di hotel Lombok Raya, difokuskan pada beberapa indikator kualitas pelayanan: *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Good Service.*Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan mengenai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pramusaji di Restoran Hotel Lombok Raya, dapat diuraikan dalam 4.2 di bawah ini.

Indikator	Jawaban
Pelayanan	Pramusaji di Bayan Restoran Lombok Raya Hotel dilakukan melalui beberapa tahapan: persiapan, pelayanan, dan penutupan layanan. Pramusaji mempersiapkan segala kebutuhan sebelum melayani tamu dan bertugas memastikan kelancaran proses pelayanan. pelayanan pramusaji belum maksimal, karena pramusaji terkadang terlalu sibuk sehingga mengabaikan permintaan tamu. Ada juga ketidaksesuaian dengan tugas pramusaji yang seharusnya dilakukan, sehingga hal ini berdampak pada kepuasan tamu di restoran tersebut. Kualitas pelayanan yang baik berupa keramahan, responsivitas, dan jaminan *(assurance)* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, meskipun terkadang masih ditemukan kelemahan terutama pada responsifitas atau kecepatan pramusaji dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.
Kualitas produk makanan	Kualitas makanan di restoran cukup bagus dengan cita rasa beragam, kebersihan terjaga, dan penyajian unik. Pelanggan menilai makanan yang disajikan di restoran Hotel Lombok Raya memiliki cita rasa yang lezat dan beragam, meliputi masakan Indonesia, Asia, dan Amerika yang disiapkan oleh chef profesional. Jadi, pelanggan merasa sangat puas terkait kualias produk makanan di restoran Hotel Lombok Raya.
Harga Makanan	Kepuasan pelanggan terkait harga makanan di Restoran Hotel Lombok Raya umumnya dipandang sebanding dengan kualitas yang diberikan. Pelanggan menilai bahwa walaupun harga makanan di restoran ini cenderung cukup mahal, hal tersebut dianggap sesuai dengan cita rasa, penyajian, fasilitas, dan suasana yang disajikan di restoran. Restoran Hotel Lombok Raya menawarkan berbagai menu mulai dari masakan nusantara hingga internasional dengan pilihan prasmanan dan a la carte, serta layanan kamar 24 jam yang memberikan kenyamanan tambahan bagi tamu

Selanjutnya, untuk mendapatkan data yang diperlukan, maka pada tanggal 26 Oktober 2024, peneliti melakukan Observasi dengan pelanggan restoran Hotel Lombok Raya tentang kualitas pelayanan terhadap pelanggan dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Hasil observasi peneliti sebagai berikut:

(1) Pelayanan yang cepat, tanggap terhadap keluhan, dan keramahan pramusaji sangat

menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

(2) Kualitas pelayanan ditunjukkan melalui jaminan dan kepastian pelayanan. Dimensi pelayanan yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu *assurance* dan *tangible.*

(3) Harga makanan dan kualitas makanan yang disajikan. Ketiga faktor ini (harga, kualitas makanan, dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di restoran hotel Lombok Raya. Harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan melalui progam *delivery order* (mengantar pesan) yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Faktor-Faktor Penghambat dan Pendorong Optimalisasi Pelayanan Restoran Hotel Lombok Raya

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak I Made Mampen, maka dapat diuraikan bahwa faktor-faktor yang menajadi penghambat optimalisasi pelayanan restoran di Hotel Lombok Raya ini adalah;

(1) Sumber Daya Manusia (SDM): kurangnya koordinasi, rendahnya kemampuan berbahasa Inggris, dan perhatian pada kebersihan staf,

(2) Manajemen operasional: kurangnya pengawasan dan pengecekan kebutuhan secara rutin, serta pelayanan yang kurang responsif terhadap kebutuhan dan keluhan tamu. Sehingga, pengecekan peralatan dan makanan, meningkatkan komunikasi dengan dapur, serta memperhatikan aspek higienitas dan responsivitas menjadi aspek penting dalam pelayanan. Dengan demikian, optimalisasi pelayanan restoran di Hotel Lombok Raya membutuhkan perbaikan pada aspek pengelolaan sumber daya manusia, koordinasi internal, serta peningkatan kualitas pelayanan dan respons terhadap tamu.

Faktor-faktor Pendorong Optimalisasi Pelayanan Restoran Hotel Lombok Raya

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Tiwi Adekayanti *(Senior Waitress),* maka dapat diuraikan bahwa faktor-faktor yang menajadi penghambat optimalisasi pelayanan restoran di Hotel Lombok Raya ini adalah ;

1) Kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan konsumen secara signifikan. Pelayanan yang memuaskan mencakup keramahan, kecepatan, dan ketepatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Kemampuan staf dalam melayani dengan profesional juga menjadi faktor utama dalam membentuk pengalaman positif tamu restoran.

(2) Pengelolaan yang baik oleh manajemen hotel dan restoran juga menjadi faktor pendorong, misalnya melalui sistem kerja yang terorganisasi, termasuk pengelolaan data dan administrasi yang efisien. Meski di beberapa tempat masih ditemukan sistem manual, pengembangan sistem modern dan pemanfaatan teknologi informasi dapat memberikan kontribusi besar dalam meningkatkan efisiensi pelayanan.

(3) Ketersediaan fasilitas yang memadai dan berstandar nasional, seperti ruang makan yang nyaman, peralatan dapur yang baik, dan infrastruktur pendukung lainnya, juga berperan penting untuk mendukung kualitas pelayanan.

(4) Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten, termasuk pelatihan berkelanjutan bagi staf restoran, sangat krusial untuk memberikan pelayanan yang optimal. Peningkatan kualitas SDM akan berdampak pada pelayanan yang ramah, cekatan,

serta mampu menangani keluhan tamu secara efektif.

(5) Hotel Lombok Raya menerapkan strategi branding khusus, seperti branding pariwisata halal, yang dapat meningkatkan daya tarik pengunjung serta memberikan nilai tambah pada pelayanan restoran, sehingga mampu mengoptimalkan pengalaman tamu dan menarik segmen pasar tertentu.

Optimalisasi pelayanan restoran di Hotel Lombok Raya sangat berpengaruh terhadap kepuasanpelanggan dan keberlangsungan bisnis hotel tersebut. Pelayanan yang baik dan berkualitas di restoran Lombok Raya Hotel sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya mendorong loyalitas konsumen untuk kembali berkunjung.

KESIMPULAN

Berdasarkan penyajian data hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti menyimpulkannya sebagai berikut:

1) Optimalisasi pelayanan restoran Hotel Lombok Raya dilakukan melalui beberapa upaya yaitu: memastikan pelayanan sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP), memastikan kebutuhan makan tamu terpenuhi, komunikasi yang efektif antara pramusaji dan bagian dapur *(chef),* memastikan kebersihan dan hygiene staf pramusaji
2) Faktor-faktor penghambat optimalisasi pelayanan restoran Hotel Lombok Raya yaitu: rendahnya kemampuan berkomunikasi Bahasa Asing (Bahasa Inggris) pramusaji, terjadinya keterlambatan dalam pengantaran makanan tamu, tidak adanya pramusaji yang secara khusus bertugas untuk selalu memonitor kebutuhan dan kondisi di restoran, rendahnya kemampuan pramusaji memahami dan melaksanakan SOP. Sedangkan, faktor-faktor pendorong optimalisasi pelayanan restoran Hotel Lombok Raya yaitu: kualitas pelayanan, strategi manajemen dan pengelolaan yang baik, sarana dan prasarana berkualitas, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian terkait restoran di Hotel Lombok Raya, berikut adalah uraian beberapa saran.

(1) Diharapkan pelayanan pramusaji di restoran Hotel Lombok Raya terlaksana sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP**)** secara konsisten agar pelayanan dapat berjalan lancar dan tamu mendapatkan pengalaman yang memuaskan.

(2) Diperlukan adanya penguatan Sumber Daya Manusia (SDM) melalui pelatihan bahasa Asing (Bahasa Inggris) dan pelatihan pelayanan prima *(service excellent)* bagi para pramusaji.

DAFTAR REFERENSI

[1] Abbas, Firdayanti. 2020. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Home industry Moshimoshi Cake Samarinda. e-Journal Administrasi Bisnis 8, no. 3.

[2] Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. PT. Rineka Cipta

[3] Praestuti, C. (2020). *Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada MamaMama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire.* Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), 10(1), 21–24.

[4] Tjiptono, Fandy. 2012. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.

[5] Kotler, Philip, dan Garry Armstrong 2012. Principles Of Marketing edisi 14, Prentice-Hall Pearson,USA.

[6] Kotler, Philip,dan Keller,K.L.2011. Manajeman Pemasaran,edisi 13 jilid 1 dan 2, penerbit erlangga, Jakarta.

[7] Kotler, Philip.2012. Marketing Manajemen/ Philip kotler,Kevin Lane Keller,- 14thed.

[8] Kotler,Philip, dan Keller, 2012. Marketing management/philip kotler,Kevin Lane Keller, 14hn ed.

[9] Nurdin, Ismail, Dr. dan Hartati Sri. 2019. Metodologi Penelitian Sosial. Surabaya. Media Sahabat Cendekia Pondok Maritim Blok PP-7, Balas Kumprik, Wiyung

[10] Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. 2013. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed. Mc.Graw-Hill. Boston