

Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan

Damai Sejahtera Ndruru^{1*}, Lapiti Gokmatua Sagala², Raymond Fransiscus³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, STIE IBMI Medan

*E-mail: damaisejahterabest@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pengaruh inovasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. Persaingan kuliner yang ketat menuntut strategi efektif, namun APJ masih menghadapi fluktuasi pengunjung serta keluhan terkait menu, kecepatan penyajian, keramahan, dan ketidaksesuaian pesanan. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan 95 sampel menggunakan kuesioner, observasi, dan wawancara. Hasil menunjukkan inovasi ($t_{hitung}=7,155$) dan kualitas pelayanan ($t_{hitung}=4,819$) berpengaruh positif signifikan. Secara simultan, keduanya berpengaruh signifikan ($F_{hitung}=295,594$) dengan kontribusi 86,2% terhadap variasi kepuasan konsumen. Temuan menekankan pentingnya inovasi produk, teknologi, serta peningkatan pelayanan ramah, cepat, dan bersih untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Inovasi, Kepuasan Konsumen, Kualitas Pelayanan, Restoran

ABSTRACT

This study examines the influence of innovation and service quality on customer satisfaction at Ayam Penyet Jakarta (APJ) Restaurant, Ringroad Medan Branch. Intense competition in the culinary industry demands effective strategies; however, APJ continues to face fluctuations in customer visits and complaints related to menu variety, service speed, staff friendliness, and order accuracy. A quantitative approach was employed with 95 respondents, utilizing questionnaires, observations, and interviews. The findings reveal that innovation ($t_{value}=7.155$) and service quality ($t_{value}=4.819$) both have a significant positive effect on customer satisfaction. Simultaneously, the two variables exert a significant influence ($F_{value}=295.594$), accounting for 86.2% of the variance in customer satisfaction. These results underscore the importance of product and technological innovation, along with improvements in friendly, prompt, and hygienic service, in enhancing customer satisfaction and fostering loyalty.

Keywords: Innovation, Customer Satisfaction, Service Quality, Restaurant

1. PENDAHULUAN

Pada perkembangan industri kuliner yang semakin pesat di Indonesia khususnya di kota-kota besar seperti di kota Medan yang semakin kompetitif, perusahaan harus meningkatkan pemasaran lebih efektif dalam mencapai kepuasan konsumen, pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan informasi tentang produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen (Nasution, 2025). Untuk itu perusahaan juga harus melakukan pemasaran yang efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan dan kepuasan konsumen (Ginting, et al., 2025; Ryndian Gusty et al., 2025; Wulandari et al., 2025). Kepuasan konsumen merupakan hal utama pada perusahaan. Perusahaan juga harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan ataupun kepuasan konsumen, karena banyak perusahaan belum tentu dapat memberikan kepuasan atau pelayanan yang maksimal yang benar-benar diinginkan oleh konsumen (Kharisma et al., 2023).

Kepuasan Konsumen menurut (Kharisma et al., 2023) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan suatu kinerja (atau hasil) produk atau layanan yang dirasakan dengan harapan. Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan beroperasi di tengah persaingan yang ketat dalam industri kuliner. Untuk menarik dan mempertahankan konsumen, restoran ini melakukan inovasi pada berbagai aspek: variasi menu, desain interior, teknologi pemesanan, dan strategi pemasaran (Juliyani & Abidah, 2025; Yuliani et al., 2024). Inovasi tersebut berpotensi meningkatkan kepuasan konsumen bukan hanya melalui rasa makanan, melainkan

juga pengalaman layanan secara menyeluruh.

Data kunjungan dan pesanan via aplikasi online selama Juni 2024 Mei 2025 menunjukkan fluktuasi: total kunjungan tercatat 56.134 kali, dengan puncaknya pada April 2025 sebanyak 7.670 kunjungan. Variasi ini mencerminkan dinamika kepuasan dan preferensi konsumen dari waktu ke waktu. Hasil pra-survei terhadap variabel inovasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen menunjukkan masih banyak kritik dan ketidakpuasan: seperti keterlambatan penyajian, kurangnya variasi menu, ketidaksesuaian pesanan, serta inkonsistensi keramahan dan respons karyawan.

Merujuk Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, restoran sebagai pelaku usaha wajib memberikan layanan yang aman, tepat, dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam kerangka teori, kualitas pelayanan (termasuk kecepatan layanan, keramahan, kebersihan, dan kemudahan transaksi) dan inovasi (produk baru, metode baru, ide segar) dianggap sebagai faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen untuk kembali berkunjung. Pada APJ Ringroad Medan, berbagai persoalan pelayanan yang muncul seperti ketidakkonsistenan keramahan staf, respon atas keluhan, waktu tunggu yang lama, dan pesanan yang tidak sesuai menjadi tantangan utama yang harus diatasi. Oleh karena itu, restoran perlu meningkatkan inovasi dan kualitas pelayanan, serta memberikan pelatihan yang tepat kepada karyawan, guna memperkuat kepercayaan konsumen dan mengembalikan volume kunjungan serta loyalitas pelanggan.

2. LANDASAN TEORI

Kepuasan konsumen merupakan konsep penting dalam studi pemasaran karena menggambarkan evaluasi emosional yang timbul setelah seseorang

membandingkan pengalaman menggunakan produk atau jasa dengan harapannya (Mayako & Wulandari, 2025). Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa akibat perbandingan kinerja produk dengan harapan konsumen. Definisi serupa juga dikemukakan (Hasan et al., 2025) yang menekankan bahwa kepuasan muncul ketika hasil sesuai atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan timbul ketika kinerja produk lebih rendah dari yang diharapkan. Dengan demikian, kepuasan konsumen tidak hanya menjadi refleksi pengalaman pribadi, tetapi juga indikator keberhasilan perusahaan dalam memenuhi ekspektasi pasar.

Ciri-ciri kepuasan konsumen dapat dilihat dari beberapa aspek. Konsumen yang puas cenderung menunjukkan loyalitas terhadap produk, melakukan pembelian ulang, serta menyebarkan komunikasi positif dari mulut ke mulut dengan merekomendasikan produk kepada orang lain (Brabo et al., 2021). Selain itu, kepuasan juga menjadikan perusahaan sebagai pertimbangan utama ketika konsumen hendak membeli produk sejenis dari merek lain. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak berhenti pada transaksi, tetapi berlanjut pada hubungan jangka panjang antara konsumen dan perusahaan.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen sangat beragam. (Hasan et al., 2025) menekankan kualitas produk dan layanan sebagai faktor utama, sementara Priansa menambahkan aspek produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas, dan suasana. Produk yang berkualitas serta sesuai dengan selera konsumen mampu menciptakan kepuasan, apalagi bila ditawarkan dengan harga kompetitif. Promosi berperan dalam

membangun kesadaran dan minat konsumen, sedangkan lokasi yang strategis mempermudah akses. Pelayanan karyawan, fasilitas pendukung, serta suasana perusahaan juga turut menciptakan pengalaman positif bagi konsumen (Purba et al., 2025; Saragih & Prayitta, 2023). Keseluruhan faktor ini membentuk persepsi menyeluruh yang akan menentukan apakah konsumen merasa puas atau tidak.

Tujuan pengukuran kepuasan konsumen adalah untuk mengetahui aspek-aspek penting yang menjadi perhatian konsumen, menilai sejauh mana kinerja perusahaan memenuhi aspek tersebut, serta membandingkannya dengan pesaing (Butkouskaya et al., 2023; Tresiya & Subagyo, 2018). Pengukuran ini juga membantu perusahaan mengidentifikasi prioritas perbaikan melalui analisis kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kepuasan, sekaligus menghasilkan indeks kepuasan konsumen sebagai indikator kemajuan kinerja dari waktu ke waktu. Dengan demikian, pengukuran kepuasan berfungsi bukan hanya sebagai evaluasi, melainkan juga strategi perbaikan berkelanjutan.

Indikator kepuasan konsumen dapat dilihat dari kesesuaian harapan, minat untuk melakukan pembelian ulang, serta kesediaan merekomendasikan produk kepada orang lain, sebagaimana dikemukakan (Yanti Febrini et al., 2019) menambahkan indikator lain seperti terpenuhinya harapan konsumen, sikap positif untuk terus menggunakan produk, loyalitas, kualitas layanan, reputasi yang baik, serta lokasi yang mudah diakses. Keseluruhan indikator ini menegaskan bahwa kepuasan bukan hanya persoalan hasil akhir produk, tetapi juga mencakup

keseluruhan pengalaman interaksi konsumen dengan perusahaan.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei pada 95 konsumen Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan yang dipilih melalui teknik accidental sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner skala Likert lima poin yang mengukur variabel inovasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen. Uji validitas menggunakan korelasi item-total menunjukkan seluruh item valid, sedangkan uji reliabilitas dengan Cronbach Alpha $> 0,6$ menegaskan instrumen reliabel. Analisis data dilakukan dengan SPSS versi 25 melalui analisis deskriptif, regresi linier berganda, serta uji t dan uji F untuk menguji pengaruh variabel secara parsial maupun simultan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Singkat Restoran Ayam Penyet Jakarta Ringroad Medan

Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan merupakan salah satu entitas kuliner yang berkembang pesat di Kota Medan. Meskipun nama “Jakarta” tersemat dalam merek, akar usahanya berada di Medan. APJ pertama kali berdiri pada tahun 2008, dengan lokasi pusat di Jalan Glugur. Konsep awalnya adalah membawa cita rasa otentik ayam penyet kepada masyarakat Medan, melalui penyajian khas dan bumbu racikan yang kuat. Seiring berjalannya waktu, APJ mengalami ekspansi dan membuka sejumlah cabang di kota Medan, salah satunya adalah cabang Ringroad yang terletak di Jl. Gagak Hitam No. 19, Sunggal.

Pemilihan nama “Ayam Penyet Jakarta” memiliki pertimbangan branding: tidak menunjukkan bahwa

restoran berlatar kota Jakarta, melainkan sebagai gaya nama yang populer di Medan, di mana banyak restoran memakai nama kota lain agar terdengar menarik atau eksotis. Dengan demikian, emblem “Jakarta” lebih dimaknai sebagai strategi pemasaran ketimbang penanda lokasi asal.

Struktur pengelolaan APJ bersifat kekeluargaan dan relatif langsung. Pemilik utama adalah Hengky Irawan Gultom, yang dibantu oleh saudara kandungnya dalam berbagai tugas operasional, pengadaan bahan, audit, dan pengawasan kualitas. Kisah pendirian restoran ini berawal dari pengalaman pribadi Hengky sebagai mantan karyawan restoran cepat saji (CFC), serta latar belakang usaha berjualan gado-gado dan mie bakso sebelum merintis APJ. Dengan modal yang terbatas dan tekad kuat, usaha restoran ini dimulai meskipun sebagian dana berasal dari pinjaman bank.

Seiring dengan pertumbuhan usaha, APJ Ringroad tidak hanya mempertahankan menu utama ayam penyet, tetapi juga memperkaya pilihan kuliner dengan menu pendukung seperti nasi goreng, ayam bakar, ikan bakar, capcay, mie kuah/goreng, serta aneka minuman. Upaya diversifikasi ini ditujukan untuk menarik segmen konsumen yang lebih luas, dan untuk menjaga agar pengunjung tidak bosan dengan menu yang itu-itu saja. Dari sisi fasilitas dan pengalaman pelanggan, APJ Ringroad memperhatikan kenyamanan dan layanan tambahan. Restoran dilengkapi dengan ruang makan cukup luas dan rapi, musholla, kamar mandi bersih, panggung acara (misalnya ulang tahun, wedding, seminar), hingga fasilitas hiburan seperti karaoke. Kenyamanan lingkungan di dalam restoran menjadi bagian dari daya tarik, agar konsumen tidak sekadar datang makan, tetapi juga menikmati suasana.

Struktur organisasi APJ Ringroad mencerminkan operasional restoran yang kompleks namun terstruktur. Secara

umum, jumlah staf sekitar 44 orang, terdiri dari owner, manajer toko (store manager), leader pelayanan, koki, kasir, barista, tim layanan (waiters), dapur (crew kitchen), hingga tim hiburan (singer, soundman) dan kebersihan (cleaning service). Setiap level memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas: owner bertindak sebagai pengambil keputusan strategis, manajer mengelola operasional harian, leader layanan memantau standar pelayanan dan menangani keluhan, koki memastikan kualitas masakan, dan tim pendukung lainnya menjalankan peran masing-masing agar operasional restoran berjalan lancar.

Cabang Ringroad adalah salah satu dari sekitar 12 cabang APJ di Medan, mencerminkan keberhasilan restoran dalam memperluas jangkauan pasar lokal. Cabang ini dipilih sebagai objek penelitian karena posisinya yang strategis di jalur padat dan berdekatan dengan kawasan residensial, menjadikannya perwakilan relevan dari operasional restoran APJ dalam konteks persaingan kuliner kota Medan.

4.2. Hasil uji validitas dan uji reabilitas

Untuk melakukan uji validitas dan uji reliabilitas atas instrumen penelitian yang peneliti gunakan, yakni seluruh pernyataan yang peneliti gunakan dalam angket untuk menghimpun data, maka untuk menguji instrumen tersebut, peneliti menggunakan 95 orang konsumen Ayam Penyet Jakarta Ringroad.

Pengujian Validitas merupakan suatu uji yang penting bagi sebuah alat ukur karena uji ini akan menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi pengukurannya. Suatu item pernyataan akan dikatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, dan begitu pula sebaliknya suatu pernyataan akan dikatakan tidak valid apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$. Untuk $r\text{-tabel}$ sebanyak jumlah N (responden) 95 orang dengan α 5%

dan $df = N - 2 = 95 - 2 = 93$ ialah sebesar 0,2017.

a) Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Adapun hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Butir Pernyataan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,876	0,2017	Valid
Pernyataan 2	0,871	0,2017	Valid
Pernyataan 3	0,880	0,2017	Valid
Pernyataan 4	0,831	0,2017	Valid
Pernyataan 5	0,845	0,2017	Valid
Pernyataan 6	0,848	0,2017	Valid
Pernyataan 7	0,831	0,2017	Valid
Pernyataan 8	0,782	0,2017	Valid
Pernyataan 9	0,828	0,2017	Valid

Sumber: hasil olahan peneliti dengan SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 1 di atas diketahui nilai validitas pernyataan untuk kepuasan konsumen seluruhnya sudah valid karena seluruhnya $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ lebih kecil dari *Corrected Item Total Correlation*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kepuasan

konsumen dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Dari uji validitas tersebut pernyataan 3 memiliki kontribusi tertinggi sebesar 0,880 dan yang terendah adalah pernyataan 8 sebesar 0,782.

b) Variabel Inovasi (X1)

Adapun hasil uji validitas variabel inovasi diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas (X1)

Butir Pernyataan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,882	0,2017	Valid
Pernyataan 2	0,871	0,2017	Valid
Pernyataan 3	0,845	0,2017	Valid
Pernyataan 4	0,845	0,2017	Valid
Pernyataan 5	0,837	0,2017	Valid
Pernyataan 6	0,817	0,2017	Valid
Pernyataan 7	0,523	0,2017	Valid
Pernyataan 8	0,418	0,2017	Valid
Pernyataan 9	0,788	0,2017	Valid

Sumber: hasil olahan peneliti dengan SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 2 di atas diketahui nilai validitas pernyataan untuk inovasi seluruhnya sudah valid karena seluruhnya

r-tabel lebih kecil dari *Corrected Item Total Correlation*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari inovasi dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Dari uji validitas tersebut pernyataan 1 memiliki kontribusi tertinggi sebesar 0,882 dan yang terendah pernyataan 8 sebesar 0,418.

c) Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Adapun hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Butir Pernyataan	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r-tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,800	0,2017	Valid
Pernyataan 2	0,820	0,2017	Valid
Pernyataan 3	0,775	0,2017	Valid
Pernyataan 4	0,810	0,2017	Valid
Pernyataan 5	0,819	0,2017	Valid
Pernyataan 6	0,799	0,2017	Valid
Pernyataan 7	0,759	0,2017	Valid
Pernyataan 8	0,793	0,2017	Valid
Pernyataan 9	0,756	0,2017	Valid

Pernyataan 10	0,846	0,2017	Valid
Pernyataan 11	0,788	0,2017	Valid
Pernyataan 12	0,834	0,2017	Valid
Pernyataan 13	0,563	0,2017	Valid
Pernyataan 14	0,594	0,2017	Valid
Pernyataan 15	0,325	0,2017	Valid

Sumber: hasil olahan peneliti dengan SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 3 di atas diketahui nilai validitas pernyataan untuk kualitas pelayanan seluruhnya sudah valid karena seluruhnya r-tabel lebih kecil dari *Corrected Item Total Correlation*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari kualitas pelayanan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Dari uji validitas tersebut pernyataan 10 memiliki kontribusi tertinggi, dengan nilai yang sama, yaitu sebesar 0,846 dan yang terendah adalah pernyataan 15 sebesar 0,325.

4.3. Hasil uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program *statistical product and Service* (SPSS) versi 25.

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Critical	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,949	0,6	Reliabel
Inovasi (X1)	0,916	0,6	Reliabel
kualitas pelayanan (X2)	0,942	0,6	Reliabel

Sumber: hasil olahan peneliti dengan SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 4 di atas diketahui nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel inovasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen lebih besar dari 0,6 batas reliabel penolakan (*Nilai Critical*). Sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini yaitu inovasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen sudah handal.

4.4. Karakteristik responden

Tabel 5. Karakteristik Responden

Karakteristik;	Kategori	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	38	40,0
	Perempuan	57	60,0
Usia	18–20 tahun	28	29,5
	21–30 tahun	30	31,6
	31–40 tahun	15	15,8
	41–50 tahun	15	15,8
	51–60 tahun	7	7,3

Pekerjaan	Mahasiswa	15	15,8
	Ibu rumah tangga	21	22,1
	Wiraswasta	34	35,8
	Guru	15	15,8
	PNS	10	10,5

Berdasarkan tabel di atas, responden penelitian yang berjumlah 95 orang didominasi oleh perempuan sebanyak 60%, sedangkan laki-laki hanya 40%. Dari sisi usia, responden terbanyak berasal dari kelompok usia 21–30 tahun (31,6%) dan 18–20 tahun (29,5%), menunjukkan mayoritas konsumen berasal dari kelompok usia muda dan produktif. Selanjutnya, dari aspek pekerjaan, sebagian besar responden adalah wiraswasta (35,8%) dan ibu rumah tangga (22,1%), sedangkan sisanya terdiri dari mahasiswa, guru, dan PNS. Gambaran ini menunjukkan bahwa konsumen Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan lebih banyak berasal dari kalangan usia muda dan produktif dengan dominasi perempuan serta pekerjaan yang bervariasi, terutama wiraswasta.

4.5. Deskripsi dan hasil penelitian

Deskripsi jawaban responden merupakan hasil jawaban responden pada masing-masing variabel penelitian. Deskripsi jawaban ini akan dijelaskan berdasarkan persentase dari frekuensi setiap indikator Adapun deskripsi variabel penelitian sebagai berikut.:

- 1) Pernyataan 1 (Pelayanan yang saya terima sesuai yang saya harapkan), diperoleh 16,8% responden menjawab sangat setuju, 50,5% menjawab setuju,

23,2% menjawab ragu-ragu, dan 9,5% menjawab tidak setuju.

- 2) Pernyataan 2 (Kualitas produk/jasa sesuai dengan ekspektasi saya), diperoleh 23,2% responden menjawab sangat setuju, 47,4% menjawab setuju, 20% menjawab ragu-ragu, dan 9,5% menjawab tidak setuju.
- 3) Pernyataan 3 (Rasa ayam penyet jakarta (APJ) di cabang ini sesuai dengan iklan di media sosial), diperoleh 20% responden menjawab sangat setuju, 51,6% menjawab setuju, 18,9% menjawab ragu-ragu, dan 9,5% menjawab tidak setuju..
- 4) Pernyataan 4 (Kualitas makanan membuat saya ingin menjadikan tempat makan langganan), diperoleh 26,3% responden menjawab sangat setuju, 46,3% menjawab setuju, 18,9% menjawab ragu-ragu, dan 8,4% menjawab tidak setuju.
- 5) Pernyataan 5 (Saya memilih restoran APJ Cabang Ringroad-Medan sebagai salah satu tujuan kuliner favorit), diperoleh 28,4% responden menjawab sangat setuju, 40% menjawab setuju, 22,2% menjawab ragu-ragu, dan 9,5% menjawab tidak setuju.
- 6) Pernyataan 6 (Saya tertarik mengunjungi APJ Cabang Ringroad-Medan setelah melihat ulasan atau rekomendasi), diperoleh 22,1% responden menjawab sangat setuju, 50,5% menjawab setuju, 17,9% menjawab ragu-ragu, dan 9,5% menjawab tidak setuju.
- 7) Pernyataan 7 (Saya akan merekomendasikan APJ Cabang

Ringroad-Medan ini kepada keluarga dan teman-teman saya), diperoleh 22,1% responden menjawab sangat setuju, 54,7% menjawab setuju, 13,7% menjawab ragu-ragu, dan 9,5% menjawab tidak setuju.

- 8) Pernyataan 8 (Saya akan menjadikan referensi saat ditanya “ayam penyet enak di Ringroad”), diperoleh 15,8% responden menjawab sangat setuju, 63,2% menjawab setuju, 13,7% menjawab ragu-ragu, dan 7,4% menjawab tidak setuju.
- 9) Pernyataan 9 (Saya akan mendorong teman/keluarga untuk mencoba APJ Cabang Ringroad-Medan), diperoleh 20% responden menjawab sangat setuju, 63,2% menjawab setuju, 13,7% menjawab ragu-ragu, dan 7,4% menjawab tidak setuju.

Berdasarkan distribusi jawaban responden atas variabel X1 (Inovasi), dapat dilihat bahwa hasil jawaban kuesioner yang dapat diperoleh dari 95 responden untuk variabel inovasi adalah sebagai berikut:

- 1) Pernyataan 1 (Tata ruang dan dekorasi interior terbaru di rumah makan ayam penyet jakarta (APJ) cabang Ringroad-Medan membuat suasana makan lebih nyaman dan menarik) diperoleh 22,1% responden menjawab sangat setuju, 51,6% menjawab setuju, 16,8% menjawab ragu-ragu, dan sebanyak 9,5% menjawab tidak setuju.
- 2) Pernyataan 2 (Penataan tempat duduk dan jarak antar meja makan APJ cabang Ringroad-

Medan memberikan kenyamanan yang lebih baik), diperoleh 24,2% responden menjawab sangat setuju, 51,6% menjawab setuju, 14,7% menjawab ragu-ragu, dan sebanyak 9,5% menjawab tidak setuju.

- 3) Pernyataan 3 (Desain papan menu atau display makanan di APJ lebih jelas, informatif dan mudah dipahami), diperoleh 25,3% responden menjawab sangat setuju, 52,6% menjawab setuju, 12,6% menjawab ragu-ragu, dan sebanyak 9,5% menjawab tidak setuju.
- 4) Pernyataan 4 (Metode pembayaran non-tunai di APJ memudahkan dan mempercepat transaksi saya), diperoleh 28,4% responden menjawab sangat setuju, 48,4% menjawab setuju, 14,7% menjawab ragu-ragu, dan 8,4% menjawab tidak setuju.
- 5) Pernyataan 5 (Sistem pemesanan online yang diterapkan APJ membuat pemesanan lebih cepat dan praktis), diperoleh 28,4% responden menjawab sangat setuju, 44,2% menjawab setuju, 18,9% menjawab ragu-ragu, dan sebanyak 8,4% menjawab tidak setuju.
- 6) Pernyataan 6 (APJ Cabang Ringroad-Medan memanfaatkan teknologi seperti WiFi cepat dan charging station yang meningkatkan kenyamanan saya selama berada di restoran) yang hanya terdapat di Ayam Penyet Jakarta Ringroad), diperoleh 22,1% responden menjawab sangat setuju, 48,4% menjawab setuju, 18,9% menjawab ragu-

ragu, dan 10,5% menjawab tidak setuju.

- 7) Pernyataan 7 (APJ Cabang Ringroad-Medan secara berkala menawarkan menu baru yang menarik untuk dicoba), diperoleh 26,3% responden menjawab sangat setuju, 62,1% menjawab setuju, dan 11,6% menjawab ragu-ragu.
- 8) Pernyataan 8 (Ketersediaan pilihan paket combo atau bundling makanan terbaru di APJ memberikan nilai tambah dan kemudahan dalam pemilihan menu) yang hanya terdapat di Ayam Penyet Jakarta Ringroad), diperoleh 22,1% responden menjawab sangat setuju, 58,9% menjawab setuju, dan 18,9% menjawab ragu-ragu.
- 9) Pernyataan 9 (Pengembangan pada menu pendamping seperti lalapan, sambal atau minuman di APJ cabang Ringroad-Medan meningkatkan keseluruhan pengalaman menikmati Ayam Penyet), diperoleh 18,9% responden menjawab sangat setuju, 49,5% menjawab setuju, 22,1% menjawab ragu-ragu, dan 9,5% menjawab tidak setuju.

Berdasarkan distribusi jawaban responden atas variabel X2 (Kualitas Pelayanan) yang dapat diperoleh dari 95 responden untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- 1) Pernyataan 1 (APJ Cabang Ringroad-Medan selalu menyajikan pesanan sesuai dengan apa yang saya pesan tanpa kesalahan), diperoleh 15,8%

responden menjawab sangat setuju, 40% menjawab setuju, 34,7% menjawab ragu-ragu, dan sebanyak 9,5% responden menjawab tidak setuju.

- 2) Pernyataan 2 (Saya mendapatkan menu dan harga yang tersedia dengan tertera di papan menu atau aplikasi saat memesan di APJ Cabang Ringroad-Medan), diperoleh 14,7% responden menjawab sangat setuju, 47,4% menjawab setuju, 28,4% menjawab ragu-ragu, dan sebanyak 9,5% menjawab tidak setuju.
- 3) Pernyataan 3 (APJ Cabang Ringroad-Medan memberikan layanan sesuai jadwal operasional yang telah ditetapkan), diperoleh 22,1% responden menjawab sangat setuju, 49,5% menjawab setuju, sebanyak 18,9% menjawab ragu-ragu, dan 9,5% menjawab tidak setuju.
- 4) Pernyataan 4 (Staf APJ Cabang Ringroad-Medan merespon dengan cepat saat saya memanggil atau membutuhkan bantuan seperti memesan tambahan menu, meminta bill dan lain lain), diperoleh 12,6% responden menjawab sangat setuju, 63,2% menjawab setuju, sebanyak 15,8% menjawab ragu-ragu, dan 8,4% menjawab tidak setuju.
- 5) Pernyataan 5 (Waktu tunggu untuk pemesanan saya disajikan tergolong singkat dan sesuai ekspektasi), diperoleh 15,8% responden menjawab sangat setuju, 58,9% responden menjawab setuju, 16,8%

- responden menjawab ragu-ragu, dan sebanyak 8,4% responden menjawab tidak setuju.
- 6) Pernyataan 6 (Keluhan atau masukan yang saya sampaikan kepada staf ditangani dengan tanggap dan segera), diperoleh 26,3% responden menjawab sangat setuju, 45,3% menjawab setuju, 18,9% menjawab ragu-ragu, dan sebanyak 9,5% menjawab tidak setuju.
- 7) Pernyataan 7 (Perilaku staf APJ sopan, ramah dan menghormati pelanggan), diperoleh 18,9% responden menjawab sangat setuju, 51,6% menjawab setuju, sebanyak 18,9% menjawab ragu-ragu, dan 10,5% menjawab tidak setuju..
- 8) Pernyataan 8 (Karyawan APJ memiliki pengetahuan yang cukup tentang menu dan mampu menjawab pertanyaan saya dengan baik), diperoleh 2,10% responden menjawab sangat setuju, 50,5% menjawab setuju, sebanyak 21,1% responden menjawab ragu-ragu, dan 6,3% menjawab tidak setuju..
- 9) Pernyataan 9 (Karyawan APJ terlihat profesional dalam penampilan dan sikap saat melayani), diperoleh 20% responden menjawab sangat setuju, 46,3% menjawab setuju, sebanyak 22,1% responden menjawab ragu-ragu, 10,5% menjawab tidak setuju, dan sebanyak 1,1% responden menjawab sangat tidak setuju.
- 10) Pernyataan 10 (APJ Cabang Ringroad-Medan memiliki fasilitas atau layanan yang memberikan kebutuhan pelanggan, seperti tempat duduk nyaman untuk kelompok besar dan area untuk anak kecil), diperoleh 22,1% responden menjawab sangat setuju, 54,7% menjawab setuju, sebanyak 14,7% responden menjawab ragu-ragu, dan 8,4% menjawab tidak setuju..
- 11) Pernyataan 11 (Karyawan APJ bersedia mendengarkan keluhan atau masukan saya dengan baik), diperoleh 18,9% responden menjawab sangat setuju, 53,7% menjawab setuju, sebanyak 18,9% responden menjawab ragu-ragu, dan 8,4% menjawab tidak setuju.
- 12) Pernyataan 12 (Karyawan APJ Cabang Ringroad-Medan memahami kebutuhan spesifik seperti permintaan level pedas, tambahan lalapan dan lain-lain), diperoleh 28,4% responden menjawab sangat setuju, 52,6% menjawab setuju, sebanyak 9,5% responden menjawab ragu-ragu, dan 9,5% menjawab tidak setuju..
- 13) Pernyataan 13 (Penampilan karyawan rapi dan mencerminkan citra perusahaan), diperoleh 22,1% responden menjawab sangat setuju, 61,1% menjawab setuju, sebanyak 8,4% responden menjawab ragu-ragu, dan 8,4% menjawab tidak setuju.
- 14) Pernyataan 14 (Lingkungan tempat layanan bersih dan nyaman), diperoleh 22,1% responden menjawab sangat setuju, 60% menjawab setuju, sebanyak 9,5% responden

menjawab ragu-ragu, dan 8,4% menjawab tidak setuju.

- 15) Pernyataan 15 (Fasilitas fisik (gedung, ruangan, peralatan) terlihat modren dan rapi), diperoleh 10,5% responden menjawab sangat setuju, 58,9% menjawab setuju, sebanyak 25,3% responden menjawab ragu-ragu, dan 5,3% menjawab tidak setuju.

4.6. Pengaruh inovasi kualitas terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji t menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan (signifikansi = $0,000 < 0,05$; $t\text{-hitung} = 7,155 > t\text{-tabel} = 1,98609$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Secara teoritis, inovasi baik dalam produk (varian menu, penyajian kreatif) maupun proses (sistem pemesanan digital, kecepatan layanan) berfungsi menciptakan nilai tambah dan dapat memenuhi atau melampaui ekspektasi konsumen. Ekspektasi yang terpenuhi atau dilampaui menimbulkan kepuasan.

Koefisien regresi sebesar 0,653 mengindikasikan bahwa peningkatan satu unit inovasi akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,653 unit. Artinya, inovasi adalah strategi yang efektif untuk memperkuat kepuasan pelanggan. Temuan ini memberi rekomendasi bagi manajemen APJ Ringroad Medan untuk terus berinovasi baik di aspek produk maupun layanan agar dapat menjaga daya saing dan loyalitas konsumen dalam industri kuliner yang sangat kompetitif.

4.7. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan (signifikansi = $0,000 < 0,05$; $t\text{-hitung} = 4,819 > t\text{-tabel} = 1,98609$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Konsep pemasaran jasa menjelaskan bahwa kualitas pelayanan mencakup keramahan staf, kecepatan penyajian, kebersihan, dan respons atas keluhan adalah salah satu faktor utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien regresi (b_2) sebesar 0,271 menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 0,271 satuan. Maka, manajemen restoran perlu menjadikan peningkatan kualitas layanan prioritas strategis melalui pelatihan staf, sistem umpan balik, dan pemeliharaan standar pelayanan agar dapat memperkuat hubungan dengan konsumen, meningkatkan loyalitas, dan membedakan diri dari kompetitor.

4.8. Pengaruh inovasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Pada hasil statistik sebelumnya, pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa kualitas inovasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh pada uji simulyan (uji F) dengan nilai

signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $F_{hitung} = 295,594 > F_{tabel} 3,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa menolak H_0 dan menerima H_a . Artinya inovasi dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan.

Hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hidayatul Khoiriyah (2024), dengan hasil secara simultan variabel inovasi produk dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini juga selaras dengan paradigma pemasaran modern. Dalam lanskap bisnis kuliner yang sangat kompetitif, kepuasan konsumen tidak lagi hanya bergantung pada kualitas produk inti semata. Sebaliknya, pelanggan mencari pengalaman menyeluruh yang dibentuk oleh elemen-elemen tangibel (inovasi produk seperti menu baru, cita rasa unik) dan intangibel (kualitas pelayanan seperti keramahan, kecepatan, dan responsivitas). Kombinasi sinergis dari kedua variabel ini menciptakan nilai yang dipersepsikan lebih tinggi oleh konsumen, sehingga menghasilkan kepuasan yang optimal (Tjiptono, 2019).

Nilai konstanta sebesar -4,073 dalam model regresi ini, meskipun negatif, memiliki interpretasi yang logis dalam konteks kepuasan konsumen. Ini mengindikasikan bahwa jika variabel inovasi dan kualitas pelayanan diasumsikan nol (yaitu, tidak ada inovasi sama sekali dan kualitas pelayanan pada tingkat terendah atau bahkan tidak ada), kepuasan konsumen secara rata-rata akan berada pada nilai negatif. Hal ini secara implisit menekankan bahwa inovasi dan kualitas pelayanan adalah faktor-faktor

esensial yang harus ada dan ditingkatkan untuk mencapai kepuasan konsumen. Tanpa adanya peningkatan pada kedua aspek ini, atau jika keduanya berada pada titik terendah, kepuasan konsumen akan menurun secara signifikan, bahkan mencapai titik ketidakpuasan yang parah.

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,930 adalah angka yang luar biasa tinggi, menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan positif antara inovasi, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen di APJ Cabang Ringroad Medan. Korelasi yang mendekati 1 ini berarti bahwa perubahan pada inovasi dan kualitas pelayanan cenderung diikuti oleh perubahan yang searah dan proporsional pada kepuasan konsumen. Secara praktis, ini mengimplikasikan bahwa strategi yang berfokus pada peningkatan kedua variabel ini secara bersamaan akan sangat efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam manajemen restoran.

Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,862 (86,2%) merupakan indikator yang sangat baik mengenai daya jelajah model regresi Anda. Angka ini berarti bahwa 86,2% variasi dalam kepuasan konsumen di Restoran APJ Cabang Ringroad Medan dapat dijelaskan oleh variabel inovasi dan kualitas pelayanan. Ini menunjukkan bahwa model yang Anda bangun sangat fit dan prediktif dalam menjelaskan fenomena kepuasan konsumen. Dalam penelitian ekonomi dan bisnis, nilai Adjusted R^2 di atas 0,67 seringkali dianggap "kuat," sehingga 86,2% adalah indikasi kekuatan model yang luar biasa dalam konteks penelitian ini.

Meskipun inovasi dan kualitas pelayanan menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan konsumen (86,2%), sisanya sebesar 13,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Informasi ini sangat krusial dan relevan dengan penelitian-penelitian terdahulu yang mengidentifikasi berbagai faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan di restoran. Variabel-variabel seperti harga

(keterjangkauan dan nilai), lokasi (aksesibilitas dan ketersediaan parkir), suasana/atmosfer restoran (kebersihan, kenyamanan, desain interior), promosi dan diskon (penawaran menarik), serta kecepatan pelayanan (efisiensi dan responsivitas) adalah faktor-faktor yang secara konsisten muncul dalam literatur sebagai pendorong kepuasan konsumen. Studi yang telah dilakukan oleh Fajar Hidayat, Slamet (2023) menegaskan kembali peran penting faktor-faktor ini dalam membentuk pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Restoran Ayam Penyet Jakarta Cabang Ringroad Medan. Prioritas harus diberikan pada upaya peningkatan inovasi berkelanjutan, baik dalam pengembangan menu, strategi pemasaran, maupun pemanfaatan teknologi, serta pada pemeliharaan dan peningkatan standar kualitas pelayanan yang prima. Selain itu, untuk penelitian di masa mendatang, disarankan untuk mengintegrasikan variabel-variabel lain yang telah diidentifikasi (harga, lokasi, suasana, promosi, diskon, kecepatan pelayanan) ke dalam model penelitian. Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor penentu kepuasan konsumen di industri restoran, dan membantu APJ Cabang Ringroad Medan untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan loyalitas pelanggan.

5. KESIMPULAN

Secara parsial inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh pada uji parsial (uji t) untuk variabel inovasi 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 7,155 > t_{tabel} 1,98609$. Dengan adanya pengaruh positif dan signifikan dari inovasi, perusahaan perlu terus mengoptimalkan pengembangan inovasi

produk. Inovasi, yang mencakup variasi menu, resep unik, penyajian menarik, sistem pemesanan digital, hingga peningkatan kebersihan, berperan penting dalam menciptakan nilai tambah dan memenuhi ekspektasi konsumen yang mencari pengalaman segar. Setiap peningkatan satu satuan inovasi terbukti meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,653 satuan.

Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Restoran Ayam Penyet Jakarta (APJ) Cabang Ringroad Medan. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh pada uji parsial (uji t) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $t_{hitung} = 4,819 > t_{tabel} 1,98609$. Kualitas pelayanan, yang mencakup keramahan staf, kecepatan penyajian, kebersihan, dan kemampuan menangani keluhan, sangat vital dalam menciptakan pengalaman bersantap yang memuaskan. Peningkatan satu satuan kualitas pelayanan menghasilkan peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,271 satuan.

Secara simultan, kombinasi inovasi dan kualitas pelayanan memiliki dampak yang sangat kuat terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang diperoleh pada uji simultan (uji F) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau $F_{hitung} = 295,594 > F_{tabel} 3,10$. Model penelitian menunjukkan bahwa 86,2% variasi dalam kepuasan konsumen di APJ Cabang Ringroad Medan dapat dijelaskan oleh kedua variabel ini, dengan hubungan korelasi yang sangat tinggi (0,930). Hal ini menegaskan bahwa pendekatan holistik yang mengintegrasikan inovasi produk dan layanan sangat efektif untuk mencapai kepuasan pelanggan yang optimal. Meskipun demikian, 13,8% variasi kepuasan konsumen masih dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti harga, lokasi, suasana, dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Brabo, N. A., Karif, A. I., Lestari, S. D., & Sriyanto, A. (2021). The Effect of Brand Page Commitment, Brand Awareness, Electronic Word Of Mouth and Brand Image on Purchase Intention of Xiaomi Smartphone on Social Media. *GATR Journal of Management and Marketing Review*, 6(4), 235–244. [https://doi.org/10.35609/jmmr.2021.6.4\(4\)](https://doi.org/10.35609/jmmr.2021.6.4(4))
- Butkouskaya, V., Oyner, O., & Kazakov, S. (2023). The impact of omnichannel integrated marketing communications (IMC) on product and retail service satisfaction. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 28(56), 319–334. <https://doi.org/10.1108/JEFAS-09-2022-0237>
- Ginting, G. D. H., Wulandari, P., Purba, A. R. H. K., Rizqiana, D. S., Mawaddah, Syahlina, M., & Medina, L. (2025). *Kewirausahaan Digital* (Vol. 1). PT Penamuda Media. <https://penamudamedia.com/index.php/publisher/article/view/290>
- Hasan, F. A., Muzakir, M., Wahyuningsih, W., & Evrianti, H. (2025). Influencer Marketing and Product Quality Shaping Customer Satisfaction via Purchase Decisions: Pemasaran Influencer dan Kualitas Produk Membentuk Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 26(3). <https://doi.org/10.21070/ijins.v26i3.1500>
- Juliyani, E., & Abidah, Z. (2025). STRATEGI PEMASARAN RESTORAN SUNAN DRAJAT DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM). *Ummul Qura : Jurnal Institut Pesantren Sunan Drajat (INSUD) Lamongan*, 09(01). <https://doi.org/10.55352/uq>
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.47709/jumansi.v5i1.2210>
- Mayako, P. A., & Wulandari, P. (2025). Higher Education Institution Marketing: Factors Influencing Students' Decision To Choose Politeknik Negeri Medan (POLMED). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(1), 643–649. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Nasution, S. H. (2025). Transformasi Perilaku Konsumen Melalui Layanan Fintech: Studi Observasional pada UMKM Kota Medan. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(2), 994–1002. <https://doi.org/10.37817/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Purba, A. R. H. K., Syahlina, M., & Wulandari, P. (2025). The Influence of Integrated Marketing Communication Strategies on Enhancing the Adoption of GoPaylater Services. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi (IKOMIK)*, 5(1), 16–27. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v5i1.12109>
- Ryndian Gusty, Poppy Wulandari, Ira Nur Dewita Siregar, Dyah Seruni Rizqiana, & Dita Kartika Sari Hasibuan. (2025). Interactive Marketing Communication

- through Live Commerce: A Pathway to Consumer Loyalty. *International Journal of Economics and Management Research*, 4(1), 604–615. <https://doi.org/10.55606/ijemr.v4i1.454>
- Saragih, M. H., & Prayitta, A. D. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Dompot Digital Shopeepay sebagai Metode dan Teknik Pembayaran. *Jurnal Simki Economic*, 6(1), 19–30. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i1.156>
- Tresiya, D., & Subagyo, H. (2018). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN JASA OJEK ONLINE GO-JEK DI KOTA KEDIRI. *JIMEK*, 1.
- Wulandari, P., Mawaddah, & Purba, A. R. H. K. (2025). Post-acquisition TikTok and Tokopedia: Optimization marketing media to encourage entrepreneurship on Sumatra Island. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(6), 1–13. <https://doi.org/10.55942/pssj.v5i6.383>
- Yanti Febrini, I., Widowati Pa, R., & Anwar, M. (2019). PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT BELI ULANG DI WARUNG KOPI KLOTOK, KALIURANG, YOGYAKARTA. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.18196/mb.10167>
- Yuliani, N., Yunianto, A., & Amalia, D. (2024). Inovasi Kewirausahaan dalam Industri Makanan Melalui Kreativitas dan Teknologi (Studi Kasus Restoran AvoEats). *Jurnal Inovasi Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/10.37817/jurnalinovasikewirausahaan.v1i1>