SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: p-ISSN 2615-3009
Economic, Accounting, Management and Business e-ISSN 2621-3389
Vol. 9, No. 1, January 2026

Pengaruh Perencanaan Produksi terhadap Ketepatan Waktu Penyajian dan Kepuasan Konsumen pada Restoran D'Cost

Ahmad Zuhrofi[1], Izzati Rizal[2]
[1]Universitas Sahid, Jakarta
[2]Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Profesi Indonesia, Jakarta
az.yovie@gmail.com[1], Izzati.Rizal@stikomprosia.ac.id[2]

Submitted: 28th September 2025 | **Edited**: 30th December 2025 | **Issued**: 01st January 2026

Cited on: Zuhrofi, A., & Rizal, I. (2026). Pengaruh Perencanaan Produksi terhadap Ketepatan Waktu Penyajian dan Kepuasan Konsumen pada Restoran D'Cost. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business, 9*(1), 365-372.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Production Planning on Service Timeliness and Customer Satisfaction at D'Cost Restaurant. A quantitative approach was employed using a survey method involving 400 customers, and the data were analyzed using Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) with a second-order reflective–reflective model. The measurement model evaluation indicates that all constructs meet the required validity and reliability criteria. The structural model results reveal that Production Planning has a positive and significant effect on Service Timeliness. Furthermore, Service Timeliness significantly influences Customer Satisfaction, while Production Planning also exerts a significant direct effect on Customer Satisfaction. The mediation analysis confirms that Service Timeliness serves as a partial mediator in the relationship between Production Planning and Customer Satisfaction. These findings highlight that effective production planning enhances customer satisfaction primarily through timely and consistent service delivery. This study provides practical implications for restaurant management by emphasizing the importance of integrated operational planning to improve service quality and customer satisfaction.

Keywords: Production Planning, Service Timeliness, Customer Satisfaction, Restaurant, SEM-PLS

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat (Kementerian Perindustrian, 2022). Data Badan Pusat Statistik (BPS, 2025) mencatat bahwa sektor penyediaan makanan dan minuman memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan, serta mengalami peningkatan pengeluaran rumah tangga untuk konsumsi makanan jadi. Kondisi ini mengindikasikan semakin tingginya kecenderungan masyarakat untuk melakukan aktivitas makan di luar rumah, khususnya di wilayah perkotaan (NielsenIQ, 2021). Peningkatan tersebut membuka peluang bagi pelaku usaha restoran, namun sekaligus menuntut pengelolaan operasional yang semakin efektif agar kualitas layanan dan kepuasan konsumen tetap terjaga.

Dalam industri restoran, ketepatan waktu penyajian menjadi salah satu aspek penting yang menentukan kualitas layanan (Liu & Jang, 2021). Ketepatan waktu tidak hanya mencerminkan efisiensi proses operasional, tetapi juga memengaruhi persepsi konsumen terhadap keandalan dan profesionalisme restoran (Parasuraman et al., 2020).

Keterlambatan penyajian berpotensi menurunkan kepuasan konsumen dan berdampak pada menurunnya minat kunjungan ulang (Han & Hyun, 2022). Oleh karena itu, restoran dengan volume pelanggan yang tinggi perlu memiliki sistem operasional yang mampu menjamin konsistensi waktu layanan (Kimes, 2021).

Restoran D'Cost sebagai salah satu jaringan restoran berskala nasional di Indonesia menghadapi tantangan dalam mengelola tingginya permintaan konsumen, terutama pada jam-jam ramai. Kondisi tersebut menuntut perencanaan produksi yang matang agar proses penyediaan makanan dapat berjalan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Heizer, et al., 2020). Perencanaan produksi merupakan bagian penting dari manajemen operasi yang bertujuan untuk mengoordinasikan peramalan permintaan, kapasitas produksi, penjadwalan, serta pengendalian persediaan agar proses produksi berjalan efisien dan stabil (Stevenson, 2021).

Perencanaan produksi yang efektif memungkinkan organisasi jasa, termasuk restoran, untuk mengurangi ketidakpastian operasional dan meningkatkan ketepatan waktu pelayanan (Stevenson, 2021). Ketika perencanaan dilakukan secara terintegrasi, risiko keterlambatan akibat kekurangan bahan baku, ketidakseimbangan beban kerja, atau ketidakteraturan proses dapat diminimalkan (Heizer, et al., 2020). Dengan demikian, perencanaan produksi memiliki peran strategis dalam mendukung ketepatan waktu penyajian sebagai bagian dari kualitas layanan yang dirasakan konsumen (Kimes, 2021).

Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama dalam aktivitas pemasaran dan operasional restoran. Kepuasan muncul sebagai hasil evaluasi konsumen terhadap kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan yang diterima. Dalam konteks jasa, kualitas layanan termasuk aspek ketepatan waktu menjadi faktor penting yang memengaruhi tingkat kepuasan dan niat perilaku konsumen, seperti keinginan untuk kembali berkunjung dan merekomendasikan restoran kepada pihak lain (Zeithaml, et al., 2018). Oleh karena itu, ketepatan waktu penyajian yang dihasilkan dari perencanaan produksi yang baik dapat berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis pengaruh perencanaan produksi terhadap ketepatan waktu penyajian dan kepuasan konsumen pada Restoran D'Cost. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji peran ketepatan waktu penyajian sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara perencanaan produksi dan kepuasan konsumen. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian manajemen operasi dan pemasaran jasa, khususnya dalam konteks industri restoran di Indonesia. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi manajemen restoran dalam merancang strategi operasional yang lebih efektif guna meningkatkan kepuasan konsumen dan daya saing bisnis.

LANDASAN TEORI

Perencanaan Produksi

Perencanaan produksi merupakan proses sistematis dalam manajemen operasi yang bertujuan untuk menentukan apa yang harus diproduksi, berapa jumlah yang diproduksi, kapan produksi dilakukan, serta sumber daya apa saja yang dibutuhkan agar permintaan konsumen dapat terpenuhi secara optimal (Nahmias & Olsen, 2020). Dalam konteks organisasi jasa maupun manufaktur, perencanaan produksi berfungsi sebagai pedoman utama dalam mengoordinasikan aktivitas operasional agar selaras dengan perkiraan permintaan dan kapasitas yang tersedia. Melalui perencanaan yang baik, organisasi dapat

mengurangi ketidakefisienan, menghindari kelebihan atau kekurangan produksi, serta menjaga kelancaran aliran proses kerja (Slack & Brandon-Jones, 2022).

Selain itu, perencanaan produksi juga berperan strategis dalam menjaga stabilitas operasi jangka pendek maupun jangka menengah. Proses ini mencakup integrasi antara peramalan permintaan, perencanaan kapasitas, penjadwalan produksi, serta pengendalian persediaan sehingga seluruh sumber daya dapat dimanfaatkan secara efektif (Vollmann, et al., 2022). Dalam industri jasa seperti restoran, perencanaan produksi membantu memastikan ketersediaan bahan baku, tenaga kerja, dan waktu proses yang memadai, sehingga kualitas layanan dan ketepatan waktu penyajian dapat dipertahankan sesuai dengan harapan konsumen.

Ketepatan Waktu Penyajian

Ketepatan waktu penyajian merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kualitas layanan pada industri restoran. Ketepatan waktu mencerminkan kemampuan perusahaan jasa dalam memberikan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan atau diharapkan konsumen. Dalam perspektif pemasaran jasa, ketepatan waktu merupakan bagian dari dimensi keandalan (reliability), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan secara akurat dan konsisten (Zeithaml, et al., 2018). Lebih lanjut, ketepatan waktu penyajian tidak hanya berkaitan dengan kecepatan, tetapi juga dengan konsistensi dan kepastian layanan. Konsumen cenderung memiliki ekspektasi tertentu terhadap waktu tunggu, dan ketidaksesuaian antara ekspektasi tersebut dengan kinerja layanan dapat memengaruhi persepsi kualitas secara keseluruhan. Services Marketing oleh Zeithaml et al. (2018) menjelaskan bahwa ketepatan waktu layanan memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan konsumen terhadap penyedia jasa.

Dalam konteks restoran dengan tingkat kunjungan tinggi, ketepatan waktu penyajian sangat dipengaruhi oleh kesiapan sistem operasional. Perencanaan produksi yang baik memungkinkan restoran untuk mengatur alur proses memasak dan penyajian secara lebih terstruktur, sehingga waktu tunggu dapat dikendalikan dan konsistensi layanan dapat dipertahankan (Slack et al., 2019).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan kondisi psikologis yang muncul sebagai hasil dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum menggunakan suatu produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan setelah konsumsi (Homburg, et al., 2020). Apabila kinerja yang diterima sesuai atau melebihi harapan, konsumen akan merasa puas, sedangkan ketidaksesuaian antara harapan dan kinerja dapat menimbulkan ketidakpuasan. Kepuasan konsumen menjadi indikator penting dalam menilai keberhasilan organisasi karena mencerminkan sejauh mana produk atau layanan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler, et al., 2021). Lebih lanjut, kepuasan konsumen memiliki peran strategis dalam membentuk loyalitas, niat pembelian ulang, serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif (Oliver, 2021). Dalam konteks industri jasa, kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan, pengalaman selama proses konsumsi, serta nilai yang dirasakan secara keseluruhan. Oleh karena itu, organisasi perlu secara konsisten mengelola dan mengevaluasi faktor-faktor penentu kepuasan konsumen agar dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dan meningkatkan daya saing di pasar.

Hubungan Perencanaan Produksi, Ketepatan Waktu Penyajian, dan Kepuasan Konsumen

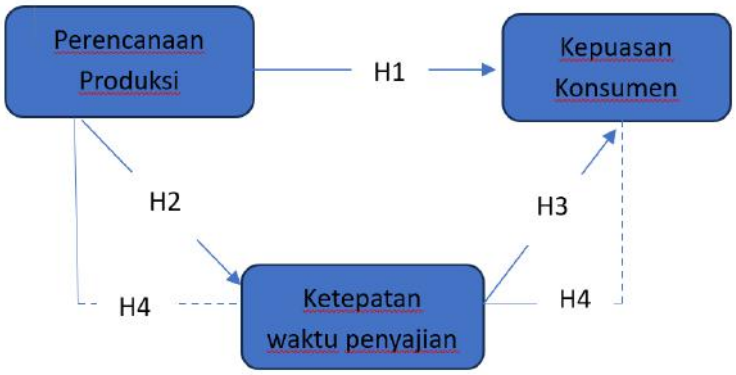
Secara teoritis, perencanaan produksi memiliki peran yang sangat krusial dalam menentukan ketepatan waktu penyajian, khususnya pada organisasi jasa seperti restoran.

Perencanaan produksi yang baik diawali dengan peramalan permintaan yang akurat sehingga manajemen dapat memperkirakan volume produksi yang dibutuhkan pada periode tertentu (Slack & Brandon-Jones, 2022). Selain itu, pengaturan kapasitas yang sesuai, baik dari sisi tenaga kerja, peralatan, maupun ketersediaan bahan baku, memungkinkan proses produksi berjalan tanpa hambatan. Penjadwalan yang tepat juga membantu mengoordinasikan setiap tahapan proses agar aktivitas operasional berlangsung secara sinkron dan terkontrol (Slack, et al., 2019). Melalui perencanaan yang terintegrasi, variabilitas proses seperti antrean yang berlebihan, waktu tunggu yang panjang, serta keterlambatan penyajian dapat diminimalkan. Ketika waktu penyajian dapat dipenuhi secara konsisten, konsumen akan merasakan keandalan dan profesionalisme layanan. Hal ini pada akhirnya membentuk persepsi positif terhadap kualitas layanan dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

Selain pengaruh tidak langsung melalui ketepatan waktu penyajian, perencanaan produksi juga berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen secara langsung. Ketersediaan menu, kelancaran proses pelayanan, serta konsistensi kualitas produk merupakan aspek yang dapat dirasakan konsumen sebagai hasil dari perencanaan operasional yang baik (Kotler, et al., 2021). Dengan demikian, ketepatan waktu penyajian diposisikan sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh perencanaan produksi terhadap kepuasan konsumen.

Kerangka Pemikiran Penelitian

Berdasarkan kajian teori, penelitian ini memandang bahwa perencanaan produksi memengaruhi ketepatan waktu penyajian, dan selanjutnya ketepatan waktu penyajian memengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, perencanaan produksi juga diperkirakan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Hubungan antarvariabel tersebut membentuk suatu kerangka pemikiran yang menempatkan ketepatan waktu penyajian sebagai variabel mediasi antara perencanaan produksi dan kepuasan konsumen.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan kausal antarvariabel secara empiris, yaitu pengaruh Perencanaan Produksi terhadap Ketepatan Waktu Penyajian dan Kepuasan Konsumen. Pengujian hubungan antarvariabel dilakukan dengan menggunakan model struktural yang memungkinkan analisis hubungan langsung maupun tidak langsung (mediasi).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Restoran D'Cost yang melakukan pembelian secara langsung, baik makan di tempat (dine-in) maupun membawa pulang (take-away), pada cabang besar di wilayah Jakarta dan Bekasi. Berdasarkan estimasi operasional, jumlah konsumen yang dilayani di kedua cabang tersebut berkisar 30.000–40.000 orang per bulan.

Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5 %, sehingga diperoleh jumlah sampel minimum sekitar 395 responden. Untuk meningkatkan reliabilitas data, penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 400 responden, yang dinilai telah memenuhi kecukupan sampel untuk analisis SEM-PLS (Hair et al., 2017).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah stratified systematic random sampling, dengan strata berdasarkan lokasi cabang (Jakarta dan Bekasi), waktu kunjungan (weekday dan weekend), serta jenis layanan (dine-in dan take-away). Responden kemudian dipilih secara sistematis dari daftar transaksi harian, sehingga sampel yang diperoleh lebih representatif dan mengurangi potensi bias (Sekaran & Bougie, 2016).

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, dengan rentang penilaian dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Skala Likert digunakan karena efektif untuk mengukur sikap, persepsi, dan penilaian responden terhadap kualitas layanan dan kepuasan (Kotler, et al., 2021).

Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Konstruk

Penelitian ini melibatkan tiga variabel laten utama yang dimodelkan sebagai konstruk second-order dengan pendekatan reflective–reflective (Hierarchical Component Model), yaitu:

Perencanaan Produksi (X), diukur melalui dimensi peramalan permintaan, perencanaan kapasitas, penjadwalan produksi, pengendalian persediaan, koordinasi lintas fungsi, dan manajemen kualitas proses (Heizer et al., 2020).

Ketepatan Waktu Penyajian (Y1), diukur melalui dimensi waktu tunggu, waktu produksi, waktu antar meja, kepatuhan standar waktu, konsistensi pelayanan, dan penanganan keterlambatan (Zeithaml et al., 2018).

Kepuasan Konsumen (Y2), diukur melalui dimensi kualitas makanan, kecepatan layanan, interaksi layanan, lingkungan dan kenyamanan, nilai untuk uang, serta niat perilaku (Oliver, 2021; Kotler et al., 2021). Seluruh indikator diperlakukan sebagai refleksi dari konstruk laten.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS. Model penelitian menerapkan Hierarchical Component Model (HCM) second-order reflective–reflective yang dianalisis menggunakan two-stage approach (Hair et al., 2017). Tahapan analisis meliputi:

1. Evaluasi model pengukuran (outer model) melalui nilai outer loading, composite reliability, AVE, dan HTMT.
2. Evaluasi model struktural (inner model) melalui koefisien jalur, nilai R^2, dan uji multikolinearitas (VIF).

3. Pengujian hipotesis dan mediasi menggunakan prosedur bootstrapping, dengan kriteria signifikansi p-value < 0,05.

HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian

Tabel 1. Evaluasi Model Pengukuran

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	AVE
Perencanaan Produksi	0,983	0,986	0,920
Ketepatan Waktu Penyajian	0,955	0,964	0,815
Kepuasan Konsumen	0,957	0,965	0,823

Sumber: Hasil olah data SmartPLS, 2025

Hasil evaluasi model pengukuran (outer model) menunjukkan bahwa seluruh konstruk penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, yang ditunjukkan oleh nilai outer loading seluruh indikator berada di atas batas minimum 0,70 sehingga setiap indikator mampu merefleksikan konstruk laten secara kuat. Selain itu, nilai Cronbach's alpha dan Composite Reliability pada seluruh konstruk yang melebihi 0,95 mengindikasikan tingkat konsistensi internal yang sangat baik, sedangkan nilai Average Variance Extracted (AVE) yang berada di atas 0,50 mengonfirmasi terpenuhinya validitas konvergen (Hair et al., 2017). Lebih lanjut, uji validitas diskriminan menggunakan pendekatan Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT) dan kriteria Fornell–Larcker menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki perbedaan konseptual yang jelas, yang tercermin dari nilai HTMT antar konstruk berada di bawah ambang batas 0,90 serta akar kuadrat AVE masing-masing konstruk yang lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa model pengukuran layak untuk dilanjutkan ke tahap evaluasi model struktural.

Tabel 2. Uji Hipotesis Model Struktural

Hipotesis	Hubungan	β	t-stat	p-value	Keputusan
H1	Perencanaan Produksi → Ketepatan Waktu Penyajian	0,680	25,711	0,000	Diterima
H2	Perencanaan Produksi → Kepuasan Konsumen	0,189	3,695	0,000	Diterima
H3	Ketepatan Waktu Penyajian → Kepuasan Konsumen	0,528	10,469	0,000	Diterima

Sumber: Hasil olah data SmartPLS, 2025

Hasil pengujian model struktural menunjukkan bahwa Perencanaan Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ketepatan Waktu Penyajian ($\beta = 0,680$; $p < 0,001$). Selain itu, Ketepatan Waktu Penyajian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($\beta = 0,528$; $p < 0,001$). Perencanaan Produksi juga terbukti memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($\beta = 0,189$; $p < 0,001$).

Nilai R^2 menunjukkan bahwa Perencanaan Produksi mampu menjelaskan 46,2% variasi Ketepatan Waktu Penyajian, sedangkan Perencanaan Produksi bersama Ketepatan Waktu Penyajian menjelaskan 45,1% variasi Kepuasan Konsumen. Berdasarkan kriteria Hair et al. (2017), nilai tersebut termasuk dalam kategori moderat.

Tabel 3. Uji Mediasi & Kualitas Model

Hubungan Tidak Langsung	β	t-stat	p-value	Keterangan
Perencanaan Produksi → Ketepatan Waktu Penyajian → Kepuasan Konsumen	0,359	9,229	0,000	Mediasi Parsial

Variabel Endogen	R^2	Indikator Model Fit	Nilai
Ketepatan Waktu Penyajian	0,462	SRMR	0,023
Kepuasan Konsumen	0,451	NFI	0,977

Sumber: Hasil olah data SmartPLS, 2025

Hasil uji pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa Perencanaan Produksi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui Ketepatan Waktu Penyajian ($\beta = 0,359$; $p < 0,001$). Temuan ini mengindikasikan adanya mediasi parsial, karena pengaruh langsung Perencanaan Produksi terhadap Kepuasan Konsumen tetap signifikan setelah mediator dimasukkan ke dalam model.

Evaluasi kualitas model menunjukkan nilai SRMR sebesar 0,023 dan NFI sebesar 0,977, yang mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki tingkat kesesuaian yang sangat baik.

Pembahasan

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa Perencanaan Produksi merupakan determinan utama Ketepatan Waktu Penyajian. Pengaruh yang kuat antara kedua variabel menunjukkan bahwa praktik perencanaan yang mencakup peramalan permintaan, penjadwalan produksi, pengendalian persediaan, serta koordinasi lintas fungsi berperan penting dalam menjaga kelancaran proses penyajian. Hal ini sejalan dengan perspektif manajemen operasi yang menekankan bahwa perencanaan produksi yang terintegrasi dapat mengurangi ketidakpastian operasional dan meningkatkan keandalan layanan (Heizer et al., 2020; Slack et al., 2019).

Ketepatan Waktu Penyajian terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa konsumen restoran menilai kualitas layanan tidak hanya dari aspek produk, tetapi juga dari kecepatan dan kepastian penyajian. Dalam konteks pemasaran jasa, ketepatan waktu merupakan bagian dari dimensi keandalan (reliability) yang berkontribusi langsung terhadap persepsi kualitas layanan secara keseluruhan (Zeithaml et al., 2018).

Pengaruh langsung Perencanaan Produksi terhadap Kepuasan Konsumen relatif lebih kecil dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui Ketepatan Waktu Penyajian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak secara langsung mengevaluasi proses internal restoran, melainkan merasakan dampaknya melalui pengalaman layanan yang nyata, khususnya waktu tunggu dan konsistensi penyajian. Temuan ini sejalan dengan teori kepuasan konsumen yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk dari evaluasi pengalaman aktual dibandingkan dengan harapan (Oliver, 2021; Kotler et al., 2021).

Dengan demikian, Ketepatan Waktu Penyajian dapat dipandang sebagai mekanisme kunci yang menerjemahkan efektivitas Perencanaan Produksi menjadi kepuasan konsumen. Temuan ini memperkuat integrasi perspektif manajemen operasi dan pemasaran jasa dalam menjelaskan kepuasan konsumen pada industri restoran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SEM-PLS, penelitian ini menyimpulkan bahwa Perencanaan Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Ketepatan Waktu

Penyajian dan Kepuasan Konsumen pada Restoran D'Cost. Ketepatan Waktu Penyajian juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen serta berperan sebagai variabel mediasi parsial dalam hubungan antara Perencanaan Produksi dan Kepuasan Konsumen.

Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kepuasan konsumen tidak dapat dilepaskan dari efektivitas perencanaan produksi yang mampu diwujudkan dalam bentuk layanan yang tepat waktu dan konsisten. Dengan demikian, perencanaan produksi tidak hanya memiliki peran operasional, tetapi juga berkontribusi strategis dalam membentuk pengalaman dan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik Industri Pengolahan Indonesia*. BPS RI.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Sage Publications.

Han, H., & Hyun, S. S. (2022). *Customer satisfaction and revisit intention in the restaurant industry*. International Journal of Hospitality Management, 102, 103145.

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management*. Pearson Education.

Homburg, C., Jozić, D., & Kuehnl, C. (2020). *Customer experience management: Toward implementing an evolving marketing concept*. Journal of the Academy of Marketing Science, 48(1), 1–27.

Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia*. Kemenperin RI.

Kimes, S. E. (2021). *Restaurant revenue management: Applying yield management to the restaurant industry*. Cornell Hospitality Quarterly, 62(2), 150–162.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing management*. Pearson Education.

Liu, Y., & Jang, S. (2021). *The effects of dining service quality on customer satisfaction and behavioral intentions*. Journal of Hospitality and Tourism Management, 46, 45–54.

Nahmias, S., & Olsen, T. L. (2020). *Production and operations analysis*. Waveland Press.

NielsenIQ. (2021). *Indonesia Consumer Outlook: Foodservice and Dining Trends*. NielsenIQ Indonesia.

Oliver, R. L. (2021). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. Routledge.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. Journal of Retailing, 96(1), 12–37.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill-building approach. Wiley.

Slack, N., & Brandon-Jones, A. (2022). *Operations management*. Pearson Education.

Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2019). Operations Management. Pearson Education.

Stevenson, W. J. (2021). *Operations Management*. McGraw-Hill Education.

Vollmann, T. E., Berry, W. L., Whybark, D. C., & Jacobs, F. R. (2022). *Manufacturing planning and control for supply chain management*. McGraw-Hill Education.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing: Integrating customer focus across the firm. McGraw-Hill Education.