ProBisnis : Jurnal Manajemen, 17 (5) (2026) pp. 2979-2986

Published by: Lembaga Riset, Publikasi, dan Konsultasi Jonhariono

ProBisnis : Jurnal Manajemen

Journal homepage: www.jonhariono.org/index.php/ProBisnis

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Delizio House Dompu

Dita Angrianita Sari[1], Ega Saiful Subhan[2], Rizky Ramadhan[3]

[1,2] Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia

[3] Prodi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Dompu, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Oct 5, 2026
Revised Oct 17, 2026
Accepted Oct 27, 2026

Keywords:

Service Quality
Customer Satisfaction
SERVQUAL
Café
Dompu

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction at Café Delizio House Dompu. Every business owner is expected to be sensitive to any changes that occur and to prioritize customer satisfaction as their primary goal. Service quality is one measure of how consumers evaluate the level of service they have received; consumers naturally expect good service to provide a sense of satisfaction. Service quality is assessed based on five indicators: tangibles, empathy, reliability, responsiveness, and assurance. Meanwhile, customer satisfaction is measured by three indicators: expectation fulfillment, willingness to return, and willingness to recommend. This study employs a quantitative research design. The sample in this study consisted of 67 customers of Café Delizio House Dompu. The research instrument was a questionnaire, and the sampling technique used was random sampling. Based on the results of the analysis using SPSS V.32, it was found that service quality influences customer satisfaction with a significance value of $0.001 < 0.05$.

This is an open access article under the CC BY-NC license.

Corresponding Author:

Dita Angrianita Sari,
Prodi Manajemen,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis,
Jl. Syech Muhammad Lingkar Utara Sawete Bali I Dompu, Nusa Tenggara Barat, Indonesia.
Email: ditaangrianitasari@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dan usaha diera semakin pesat, pesaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha lainnya. Yang kita ketahui salah satunya ialah perkembangan bisnis kuliner di Indonesia yang secara kasat mata tumbuh menyebar dimana-mana, sehingga dengan ini menunjukan bahwa industri kuliner terlihat terus berkembang. Fenomena perkembangan bisnis kuliner di indonesia yang semakin meluas, selaras dengan perkataan bahwa “Bisnis tak pernah mati” yang terus bermetamorfosis sampai dengan sekarang ini.

Setiap pelaku usaha dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan konsumen sebagai tujuan yang paling utama. Sementara itu, Tjiptono (2020) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan. Kualitas pelayanan adalah salah satu bentuk penilaian konsumen pada tingkat layanan yang telah diterima oleh konsumen, pelayanan yang baik tentu diharapkan konsumen agar memberikan rasa puas. Menurut Mahmoedin (2010) dalam Desikasari (2018), kualitas pelayanan adalah suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan, atau hal-hal yang disediakan oleh Perusahaan dalam memberi pelayanan yang dimaksud

untuk memecahkan permasalahan konsumen. Bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak Perusahaan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan (Suwarsito & Aliya, 2020).

Café Delizio House Dompu merupakan salah satu usaha kuliner yang berada di kabupaten Dompu. Café Delizio menyediakan berbagai menu makanan dan minuman serta tempat yang nyaman untuk bersantai. Dalam menjalankan usahanya Café Delizio berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Namun berdasarkan hasil rating dan tulis ulasan di google dari 5 bulan hingga 3 atau 4 tahun yang lalu masih terdapat keluhan terkait waktu penyajian pesanan yang cukup lama, sikap karyawan yang kurang ramah, serta fasilitas fisik café yang perlu ditingkatkan. Kondisi tersebut diduga mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap Café Delizio House Dompu.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk itu, penelitian ini diberi judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Delizio House Dompu"

2. TINJAUAN LITERATUR

Grand Theory

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kualitas pelayanan *SERVQUAL* yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Menurut teori ini, kualitas pelayanan dapat diukur melalui 5 dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, r*esponsiveness*, *assurance,* dan *emphaty.* Selanjutnya untuk mengukur kepuasan pelanggan dari Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kepuasan merupakan perbadingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono dan Chandra (2020), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan ini menjadi aspek krusial, terutama pada industri yang menawarkan jasa (seperti kafe), karena produk jasa bersifat tidak berwujud dan sangat bergantung pada interaksi langsung dengan pelanggan (Lupiyoadi & Hamdani, 2018; Fontain et al., 2025). Indikator kualitas pelayanan menurut SERVQUAL meliputi: 1) Tangible, 2) Reliability, 3) Responsive, 4) Empathy, 5) Assurance (Tjiptono, 2020).

Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2020) kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Indikator kepuasan pelanggan menurut Kotler & Keller dalam Tjiptono (2020) meliputi: 1) Kesesuaian Harapan, 2) Minat Berkunjung Kembali, 3) Merekomendasikan.

Perumusan Hipotesis

H0: Diduga Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan café Delizio House Dompu.

H1: Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan café Delizio House Dompu.

Gambar 1. Kerangka Konseptual



Sumber: Aida, I, (2023)

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkunjung ke café Delizio. Jumlah yang datang setiap bulannya minimal diperkirakan sekitar 200 orang. Oleh sebab itu dalam penelitian penulis menggunakan angka 200 tersebut sebagai populasi penelitian. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, sehingga dari 200 populasi tersebut menjadi 67 Responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan jenis sampel *Random Sampling* (Sugiyono, 2018).

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Satuan Ukur
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2020)	*1) Reliabilitas* *2) Assurance* *3) Tangible* 4) *Emphaty* 5) Responsive. (Tjiptono, 2020)	Skala Likert 1) STS 2) TS 3) N 4) S 5) SS
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler & Keller, 2016)	1) Kesesuaian harapan 2) Minat Berkunjung kembali 3) Kesediaan Merekomendasikan. (Tjiptono, 2020)	Skala Likert 1) STS 2) TS 3) N 4) S 5) SS

Sumber: Penelitian Terdahulu, (2026)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini diawali dengan pengujian statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum suatu data seperti nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, nilai maksimum dan minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, hingga *skewness* (kemencengan distribusi) tanpa bermaksud untuk menguji hipotesis (Ghozali, 2011). Setelah itu, dilakukan uji keabsahan data terhadap kuesioner melalui uji validitas untuk mengukur ketepatan pertanyaan dalam mengungkap apa yang akan diukur, serta uji reliabilitas untuk menilai konsistensi dan kestabilan jawaban responden dari waktu ke waktu (Ghozali, 2012). Sebelum masuk pada tahap pemodelan regresi, data juga harus memenuhi prasyarat uji asumsi klasik, yakni uji normalitas untuk memastikan bahwa variabel pengganggu atau *residual* terdistribusi secara normal (Ghozali, 2018), serta uji heteroskedastisitas guna memastikan tidak terjadinya ketidaksamaan varians dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2012).

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:
Y = Variabel dependen
X = Variabel independen
a = Konstanta
b = Koefisien regresi
e = *Error*

Setelah seluruh prasyarat pengujian terpenuhi, analisis dilanjutkan menggunakan regresi linear sederhana untuk mengukur kekuatan sekaligus menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2011), sebagaimana dirumuskan pada persamaan di atas. Kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel terikat tersebut kemudian dievaluasi menggunakan koefisien determinasi (R^2), di mana nilainya berkisar antara nol dan satu (Ghozali, 2012). Sebagai langkah pembuktian akhir, dilakukan uji hipotesis melalui uji t (parsial) untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y, yang pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh satu variabel independen secara individual mampu menerangkan variasi-variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2012).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas	67	49	71	61.22	7.661
Kepuasan	67	28	45	36.79	4.660
Valid N (listwise)	67				

Sumber: SPSS v.32 (2026)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa N atau jumlah data setiap variabel yang valid berjumlah 67, dari 67 data sampel kepuasan pelanggan (Y), nilai mínimum sebesar 28, nilai maksimum sebesar 45, nilai mean sebesar 36.79, serta nilai estándar deviasi 4.660 yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata. Kualitas pelayanan (X) dari 67 sampel diketahui bahwa nilai mínimum sebesar 49, nilai maksimum sebesar 71, nilai mean 61.22, serta nilai standar deviasi sebesar 7.661 artinya nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Tabel 3. Uji Validitas

No	Keterangan	rhitung	rtabel	Kriteria
Kualitas Pelayanan (X)				
1	Pernyataan Nomor 1	0.687	0.240	Valid
2	Pernyataan Nomor 2	0.787	0.240	Valid
3	Pernyataan Nomor 3	0.641	0.240	Valid
4	Pernyataan Nomor 4	0.554	0.240	Valid
5	Pernyataan Nomor 5	0.590	0.240	Valid
6	Pernyataan Nomor 6	0.697	0.240	Valid
7	Pernyataan Nomor 7	0.757	0.240	Valid
8	Pernyataan Nomor 8	0.685	0.240	Valid
9	Pernyataan Nomor 9	0.784	0.240	Valid
10	Pernyataan Nomor 10	0.598	0.240	Valid
11	Pernyataan Nomor 11	0.708	0.240	Valid
12	Pernyataan Nomor 12	0.664	0.240	Valid
13	Pernyataan Nomor 13	0.733	0.240	Valid
14	Pernyataan Nomor 14	0.635	0.240	Valid
15	Pernyataan Nomor 15	0.703	0.240	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)				
1	Pernyataan Nomor 1	0.706	0.240	Valid
2	Pernyataan Nomor 2	0.544	0.240	Valid
3	Pernyataan Nomor 3	0.684	0.240	Valid
4	Pernyataan Nomor 4	0.762	0.240	Valid
5	Pernyataan Nomor 5	0.618	0.240	Valid
6	Pernyataan Nomor 6	0.686	0.240	Valid
7	Pernyataan Nomor 7	0.794	0.240	Valid
8	Pernyataan Nomor 8	0.592	0.240	Valid
9	Pernyataan Nomor 9	0.688	0.240	Valid

Sumber: SPSS v.32 (2026)

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r-hitung dengan r-tabel. Untuk N=67 (df = 65) dengan signifikansi 5%, diperoleh r-tabel sebesar 0.240. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) nilai r-hitung > r-tabel, dan bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa 24 item instrumen dinyatakan valid.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Pelayanan (X)	.918	15
Kepuasan Pelanggan (Y)	.852	9

Sumber: SPSS v.32 (2026)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 0.918 dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.852. karena kedua nilai tersebut > 0.6, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian reliabel.

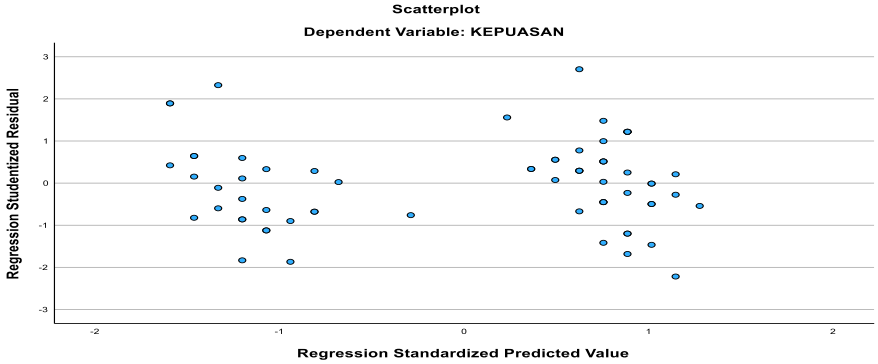
Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			**67**
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviations		2.08084459
Most Extreme Differences	Absolute		.084
	Positive		.084
	Negative		-.048
Test Statistic			.084
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.		.276
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.264
		Upper Bound	.287

Sumber: SPSS v.32 (2026)

Berdasarkan hasil uji, uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogrove-Smirnov* diperoleh nilai *Asymp. Sig*. Sebesar 0.200 > 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas



Sumber: SPSS v.32 (2026)

Berdasarkan gambar diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, Penyebaran titik-titik data tidak bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Tabel 6. Analisis Regresi Sederhana

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.471	2.078		1.670	.100
	Kualitas Pelayanan	.544	.034	.895	16.154	<.001
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: SPSS v.32 (2026)

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Y = 3.471 + 0.544x

Nilai kostanta sebesar 3.471, artinya bila variabel bebas kualitas pelayanan dianggap konstan maka dapat diprediksi kepuasan pelanggan adalah 3.471 satuan. Variabel kualitas pelayanan (X) pada model regresi linear sederhana diatas nilai koefisien sebesar 0.544 (positif), artinya apabila nilai variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan dan yang lain konstan, maka dapat diprediksi nilai variabel kepuasan pelanggan naik sebesar 0.544.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.895[a]	.801	.798	2.097
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan				

Sumber: SPSS v.32 (2026)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) diatas menunjukkan nilai R Square (R^2) sebesar 0.801. hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independent kualitas pelayanan sebesar 80.1%, sedangkan sebesar 19.9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar dari penelitian ini.

Tabel 8. Uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.471	2.078		1.670	.100
	Kualitas Layanan	.544	.034	.895	16.154	<.001
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: SPSS v.32 (2026)

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai t-hitung sebesar 16.154 > t-tabel sebesar 1.668 dan nilai signifikansi sebesar 0.001 < 0.05. maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, yang artinya variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Café Delizio House Dompu.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan café Delizio House Dompu dengan t-hitung sebesar 16.154 > t-tabel sebesar 1.668. Hal ini berarti bahwa adanya kualitas pelayanan yang baik akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di café Delizio House Dompu. Berdasarkan uji regresi linear sederhana, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpegaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di café Delizio House Dompu. Dengan koefisien determinasi (R Square) sebesar 80.1%, sedangkan sisanya 19.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan di café Delizio House, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, begitupula sebaliknya jika semakin rendah tingkat kualitas pelayanan di café Delizio House semakin rendah pula kepuasan pelanggan di café Delizio House.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Suatmodjo (2017) yang meneliti "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Zybrick Coffe & Cantina", menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di café Zybrick Coffe & Cantina. Selain itu, temuan ini turut memperkuat hasil penelitian Mariansyah dan Syarif (2020) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang prima secara nyata mampu mendongkrak tingkat kepuasan konsumen pada usaha kafe. Hal ini Juga sejalan dengan penelitian Djatola dan Hilal (2023) yang meneliti "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Tanaris Sulawesi Tengah" hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai R Square sebesar 0.485% atau 48,5%. Secara parsial, *reliability* dan *assurance* berpengaruh positif signifikan sementara daya tanggap, empati, dan bukti fisik berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Konsistensi temuan ini juga didukung oleh riset Rosada dan Widajanto (2023), yang menegaskan bahwa elemen kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang nyata dan kuat dalam membangun kepuasan pelanggan di sektor bisnis kafe.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data, analisis, dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan Café Delizio House Dompu, maka dapat ditarik Kesimpulan bahwa kualitas pelayanan memiliki peranan yang sangat penting dan berpengaruh secara posistif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin optimal kualitas pelayanan yang diberikan Café Delizio House, yang mencakup aspek bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. Sebaliknya, penurunan kualitas pelayanan akan berdampak pada menurunnya kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa kepuasan pelanggan café Delizio House sangat ditentukan oleh seberapa baik kualitas pelayanan yang mampu diberikan oleh pihak manajemen café. Pelayanan yang prima terbukti menjadi kunci utama dalam menciptakan pengalaman positif dan loyalitas pelanggan.

Saran

- Kualitas pelayanan yang diterapkan café Delizio House masih perlu dilakukan perbaikan misalnya perbaikan dalam dimensi r*esponsiveness*, dalam hal lama waktu menunggu menyajikan menu dapat dilakukan dengan lebih cepat, sehingga para pelanggan tidak menunggu terlalu lama.
- Untuk meningkatkan kualitas pelayanan café Delizio House sebaiknya menyediakan wadah dimana para pelanggannya dapat mengutarakan keluhan dan kritik tentang apa saja yang kurang dari café Delizio House.
- Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melanjutkan penelitian dengan variabel-variabel lain diluar variabel yang sudah diteliti.

REFERENSI

Aida, I. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan "Bungkoez Coffee Shop" Manado* [Diploma thesis, IAIN Manado]. Institutional Repository IAIN Manado. http://repository.iain-manado.ac.id/id/eprint/1916/

Desikasari, N. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan* [Skripsi, Universitas Negeri Semarang].

Djatola, H. R., & Hilal, N. H. (2023). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Café Tanaris Sulawesi Tengah. *JAMIN Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, *5*(2), 112. https://doi.org/10.47201/jamin.v5i2.139

Fontain, M. M., Mahmud, & Sumarni. (2025). Pengaruh sosial media marketing, service quality, dan e-wom terhadap purchase intention pada Kafe Delima Dompu. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, *8*(2), 759–774.

https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i2.1212
Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (B. Molan, Terj.; Ed. ke-12, Jilid 2). PT Indeks.
Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2018). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, *3*(2). https://doi.org/10.33557/jibm.v3i2.1106
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.
Rosada, A. I. A., & Widajanto, M. B. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan suasana cafe terhadap kepuasan pelanggan pada PT Bojong Koneng Bersatu (Bober Cafe) di Surabaya. *Management & Accounting Research Journal Global*, *7*(2). https://jurnal.ikbis.ac.id/index.php/global/article/view/571
Suatmodjo, F. A. (2017). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Cafe Zybrick coffee & cantina. *Ágora*, *5*(3), 135572.
Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
Suwarsito, S., & Aliya, S. (2020). Kualitas layanan dan kepuasan serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, *3*(1), 27–35. https://doi.org/10.33557/jibm.v3i1.826
Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran strategik*. Andi Offset.
Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran* (Edisi ke-5). Andi Offset