

KEPUASAN KONSUMEN YANG DIPENGARUHI OLEH KUALITAS PELAYANAN PADA CAFÉ JERAPAH KOTA PEMATANG SIANTAR

**Ernest Grace¹, Kevin Indajang², Hendrick Sasimtan Putra³, Vivi Candra⁴,
Sudung Simatupang⁵**

^{1,2,3,4,5}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung
Email: 1ernestgr87@gmail.com, 2kvinnyangg25.stiesa@gmail.com,
hendricksasimtanputra1995@gmail.com, 4vfitrawan@gmail.com,
5selitaefraim@gmail.com

Abstrak – Peningkatan kualitas pelayanan merupakan langkah strategis bagi perusahaan untuk menjamin kepuasan konsumen, khususnya apabila pelayanan yang diterima dan dirasakan (perceived service) sesuai dengan harapan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Café Jerapah di Kota Pematang Siantar. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa instrumen untuk variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memenuhi standar validitas. Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut reliabel. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh dan dapat meningkatkan kepuasan konsumen di Café Jerapah.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, café

Abstract – Improving service quality is a strategic step for companies to ensure customer satisfaction, particularly when the services received and perceived align with customer expectations. This study aims to examine the influence of service quality on customer satisfaction at Café Jerapah in Pematang Siantar City. The research employed a quantitative method with a descriptive approach and simple linear regression analysis. The validity test results indicated that the instruments for both service quality and customer satisfaction variables met the validity standards. The reliability tests also showed that both variables were reliable. The regression analysis revealed that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Therefore, enhancing service quality can directly give effect and improve customer satisfaction at Café Jerapah.

Keywords: service quality, customer satisfaction, café

PENDAHULUAN

Saat ini, pertumbuhan dunia usaha semakin pesat dan menjanjikan sebagai lahan bisnis yang menguntungkan. Tidak mengherankan apabila bisnis kafe menjamur bak cendawan di musim hujan, bahkan hingga ke daerah pedesaan (Efendi, 2023). Hal serupa juga terjadi di Kota Pematangsiantar, di mana perkembangan industri bisnis kafe dan restoran meningkat setiap tahunnya (Faiz, 2023). Pernyataan mantan Wali Kota Pematangsiantar, Hefriansyah, menguatkan kondisi ini dengan menyebut bahwa Kota Pematangsiantar memiliki catatan manis dalam industri kopi (NewsCorner.id, 2021). Fenomena ini sejalan dengan tren masyarakat kelas menengah ke atas yang menjadikan kopi sebagai bagian dari gaya hidup (Tanjung, 2024).

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat, pengusaha kafe berusaha menjaga kualitas pelayanan dan menciptakan produk yang menarik guna memenuhi dan meningkatkan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama dalam membentuk kepuasan tersebut.

Sejak didirikan pada tahun 2014, Café Jerapah telah tumbuh menjadi salah satu tempat kuliner yang cukup dikenal di Kota Pematangsiantar. Kafe ini menawarkan beragam jenis makanan dan minuman dengan tujuan

utama untuk memberikan pengalaman yang memuaskan bagi para pelanggannya. Tingkat kepuasan pelanggan sendiri sangat dipengaruhi oleh sejauh mana layanan dan produk yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka (Tussafinah, 2018). Menurut Lupiyoadi (2013), terdapat beberapa elemen penting yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen, antara lain mutu produk, kualitas pelayanan yang diterima, kondisi emosional pelanggan saat menerima layanan, persepsi terhadap harga, serta beban biaya yang dikeluarkan. Semua faktor ini berperan penting dalam membentuk kesan positif atau negatif konsumen terhadap sebuah usaha kuliner.

Meskipun Café Jerapah telah berupaya memberikan pelayanan terbaik, kenyataannya masih terdapat celah antara harapan manajemen dengan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Sebagian pelanggan menyampaikan keraguan terkait kualitas bahan makanan yang digunakan dalam penyajian menu, yang menimbulkan kekhawatiran akan standar mutu dan kebersihannya. Selain itu, keluhan juga muncul seputar adanya biaya tambahan yang dikenakan saat konsumen melakukan pemesanan melalui layanan aplikasi daring, yang dianggap membebani dan mengurangi kenyamanan dalam proses pembelian.

Masih terbatasnya kajian yang secara spesifik menyoroti ketidaksesuaian antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada bisnis kafe lokal di Kota Pematangsiantar, khususnya di Café Jerapah, menjadi celah yang penting untuk diteliti lebih lanjut.

Kepuasan konsumen merupakan elemen krusial dalam menjaga keberlangsungan suatu usaha, dan salah satu cara efektif untuk mencapainya adalah dengan memberikan pelayanan yang optimal. Pelayanan dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh penyedia jasa untuk memberikan manfaat kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud, tidak menghasilkan kepemilikan, dan bertujuan memenuhi kebutuhan atau keinginan pengguna jasa (Amalia, 2015). Dalam konteks bisnis kuliner seperti Café Jerapah, pelayanan yang prima menjadi daya tarik tersendiri yang mampu membentuk pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas mereka terhadap bisnis.

Lebih lanjut, kualitas pelayanan memegang peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas layanan mencerminkan totalitas karakteristik serta atribut dari suatu produk atau jasa, yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan baik yang terlihat secara nyata maupun

yang tersirat. Dalam praktiknya, kualitas pelayanan yang baik bukan hanya sekadar memenuhi ekspektasi konsumen, tetapi juga memberikan nilai lebih yang bisa dirasakan secara emosional dan fungsional. Oleh karena itu, berbagai penelitian, seperti yang disampaikan oleh Firatmadi (2017), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011), keberhasilan pelayanan dapat diukur melalui dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Namun, pada praktiknya, kualitas pelayanan di Café Jerapah masih menghadapi beberapa kendala, seperti kesalahan perhitungan tagihan oleh karyawan dan keterbatasan fasilitas tempat duduk yang berdampak pada pengalaman konsumen.

Penelitian ini menawarkan kontribusi baru (*novelty*) dengan menganalisis secara spesifik bagaimana dimensi kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan konsumen pada sebuah kafe lokal, dalam konteks kota kecil yang sedang berkembang seperti Pematangsiantar, yang selama ini belum banyak dijadikan objek kajian akademik.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang harus diperhatikan

Ernest Grace

Kevin Indajang

Hendrick Sasimtan Putra

Vivi Candra

Sudung Simatupang

oleh setiap perusahaan, karena berperan vital dalam menjamin kelangsungan usaha sekaligus mendukung pertumbuhan industri, baik dalam sektor produksi barang maupun jasa (Tiong, 2018). Tanpa kualitas pelayanan yang baik, perusahaan akan kesulitan dalam membangun citra positif di mata konsumen dan mempertahankan eksistensinya dalam persaingan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, pelayanan tidak hanya sekadar kewajiban operasional, tetapi menjadi elemen strategis yang memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

Selain sebagai upaya pemenuhan kebutuhan, pelayanan yang berkualitas juga dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk terus menjalin hubungan jangka panjang dengan perusahaan. Hal ini sesuai dengan temuan Antanegoro, Surya, dan Sanusi (2017) yang menyatakan bahwa pelayanan yang efektif akan mempererat kedekatan emosional dan loyalitas konsumen terhadap suatu merek atau bisnis. Dalam praktiknya, pelayanan yang baik diwujudkan melalui kemudahan akses, kenyamanan saat menggunakan produk atau jasa, serta kejelasan informasi yang disampaikan kepada pelanggan (Saputra and Ardani, 2020). Semua aspek ini jika terpenuhi, akan menciptakan pengalaman konsumen yang positif dan berkesan.

Dalam iklim persaingan industri kuliner yang terus meningkat, kepuasan konsumen memegang peranan penting sebagai salah satu indikator utama keberhasilan dan keberlanjutan usaha (Fillayata and Mukaram, 2020). Kepuasan pelanggan tidak hanya mencerminkan kualitas produk atau layanan yang diberikan, tetapi juga menjadi dasar untuk membangun loyalitas dan kepercayaan konsumen terhadap merek. Oleh karena itu, perusahaan perlu secara aktif melakukan evaluasi dan pengukuran terhadap tingkat kepuasan pelanggan guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam pelayanannya.

Mengukur tingkat kepuasan konsumen menjadi langkah strategis yang dapat membantu perusahaan dalam merancang layanan yang lebih responsif, efisien, dan sesuai dengan harapan pelanggan (Sinaga and Sulistyowati 2018). Apabila pelanggan merasa bahwa pelayanan atau produk yang mereka terima tidak memenuhi ekspektasi, maka besar kemungkinan mereka akan memilih beralih ke penyedia layanan lain yang dianggap lebih mampu memenuhi kebutuhan mereka secara maksimal (Widjojo 2013). Oleh sebab itu, memahami dan memenuhi ekspektasi konsumen merupakan kunci dalam mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar.

2. Kerangka Berpikir

Kualitas pelayanan yang meliputi dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik diyakini memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ketika konsumen menerima layanan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka, maka akan tercipta perasaan puas yang mendorong loyalitas dan rekomendasi positif terhadap perusahaan. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk akan memicu ketidakpuasan dan penurunan kepercayaan terhadap merek. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menjadi fokus utama untuk mengetahui sejauh mana kualitas layanan yang diberikan Café Jerapah berdampak pada tingkat kepuasan para konsumennya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan objek penelitian berupa konsumen Café Jerapah yang berlokasi di Jalan Mojopahit Bawah, Kota Pematangsiantar. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung pada akhir pekan, yaitu hari Sabtu dan Minggu. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, dan diperoleh sebanyak 100 orang responden. Jumlah sampel ini sesuai dengan kriteria minimal 100 hingga 200 responden sebagaimana disarankan oleh Hair et al. (2010).

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, dilakukan uji validitas dengan ketentuan nilai korelasi item-total $\geq 0,30$ (Hajjar 2018), serta uji reliabilitas dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$ (Eisingerich and Rubera 2010). Analisis data dilakukan dengan metode regresi linear sederhana menggunakan rumus (Bevans. 2020):

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + e$$

Hipotesis dalam penelitian ini menyatakan bahwa:

1. H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Café Jerapah.
2. H_1 : Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Café Jerapah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil

Variabel	Uji Validitas	Uji Reliabilitas	Kriteria
			Korelasi t hitung Valid/ Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,30	0,528	Valid/ Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,30	0,519	Valid/ Reliabel

Tabel 1. Uji Instrumen

Sumber: Olah data SPSS.25

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai validitas untuk variabel kualitas

pelayanan adalah sebesar 0,528, sedangkan untuk variabel kepuasan konsumen sebesar 0,519. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan acuan bahwa suatu item dianggap valid apabila nilai korelasinya $\geq 0,30$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel—baik kualitas pelayanan maupun kepuasan konsumen—memenuhi syarat validitas karena nilai korelasinya berada di atas batas minimum yang ditetapkan.

Selain itu, hasil uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's alpha menunjukkan angka di atas 0,70 untuk masing-masing variabel. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi yang tinggi, sehingga dapat dipercaya untuk mengukur kedua variabel yang dimaksud. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

a. Regresi Sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22,997	2,505	9,181	,000
	Kualitas_Pelayanan	,148	,045		

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Tabel 2. Hasil Regresi Sederhana

Sumber: Olah data SPSS.25

Tabel 2 menyajikan hasil persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y = 22,997 + 0,148X$$

Persamaan ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y). Koefisien regresi sebesar 0,148 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan diikuti oleh kenaikan sebesar 0,148 satuan dalam tingkat kepuasan konsumen. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan yang lebih baik secara langsung akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. Temuan ini menguatkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting yang secara signifikan memengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

b. Uji Hipotesis

Tabel 3. Uji Hipotesis Parsial

Model	Coefficients ^a		
	t	Sig.	
1	9,181	,000	
	3,271	,001	

a. Dependent Variable: Kepuasan_Konsumen

Sumber: Olah data SPSS.25

Berdasarkan data pada Tabel 3, pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan cara membandingkan nilai *t hitung* terhadap *t tabel*, serta mengevaluasi tingkat signifikansi (*Sig.*) terhadap batas signifikansi yang ditetapkan, yaitu $\alpha = 0,05$. Dengan jumlah sampel 100 responden, derajat kebebasan (*df*) dihitung sebagai $n - 2 = 100 - 2 = 98$, sehingga diperoleh nilai *t tabel* sebesar 1,984. Hasil analisis menunjukkan

bahwa t_{hitung} adalah 3,271, yang lebih besar dari t_{tabel} , dan nilai $Sig.$ sebesar 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini memberikan bukti kuat bahwa hipotesis alternatif diterima.

Dengan kata lain, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini memberikan implikasi praktis bahwa pihak manajemen Café Jerapah harus secara konsisten meningkatkan standar pelayanan, termasuk dalam hal kecepatan layanan, sikap ramah karyawan, kejelasan dalam memberikan informasi, serta kenyamanan fasilitas yang tersedia. Upaya peningkatan kualitas pelayanan tersebut akan sangat penting dalam menjaga loyalitas konsumen dan meningkatkan kepuasan secara menyeluruh.

2. Pembahasan

Meningkatkan kualitas layanan merupakan langkah penting dalam memastikan kepuasan pelanggan sesuai dengan harapan perusahaan. Dengan demikian, kualitas layanan dapat dikatakan baik dan memuaskan (Muazaroh, Febriansah, and Indayani, 2024). Hasil penelitian ini mendukung pernyataan tersebut, di mana uji validitas dan reliabilitas alat ukur menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memenuhi standar valid dan reliabel.

Selanjutnya, hasil regresi sederhana memperlihatkan bahwa kualitas

pelayanan memiliki koefisien positif sebesar 0,148 terhadap kepuasan konsumen dengan signifikansi 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen di Café Jerapah. Temuan ini selaras dengan penelitian Shaleh Z dan Rahmat (2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan faktor dominan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan. Inti dari layanan yang sangat baik adalah upaya menyediakan manfaat sesuai kebutuhan pelanggan sehingga dapat memberikan kepuasan yang optimal (Maulyan et al., 2022). Sebaliknya, jika konsumen merasa produk yang ditawarkan perusahaan tidak sesuai, terlalu mahal, atau terlalu rumit, maka produk tersebut menjadi kurang berarti bagi pelanggan (Ishak 2009).

Sehingga, perusahaan harus terus berupaya meningkatkan aspek-aspek layanan agar dapat mempertahankan loyalitas pelanggan sekaligus menciptakan pengalaman yang memuaskan. Ketika kualitas pelayanan sesuai atau melebihi harapan konsumen, konsumen cenderung merasa puas. Semakin tinggi kualitas layanan, semakin meningkat pula kepuasan pelanggan (Kurniawati, Irawan, and Prasodjo, 2019). Peningkatan kualitas pelayanan akan

diikuti dengan peningkatan kepuasan konsumen (Mariansyah and Syarif 2020).

Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan tidak memenuhi harapan, ketidakpuasan konsumen akan muncul. Hal ini sejalan dengan temuan di lapangan yang menunjukkan adanya keluhan terkait ketidaktelitian karyawan dalam perhitungan billing dan keterbatasan fasilitas seperti kekurangan kursi di café, yang menyebabkan ketidaknyamanan konsumen. Kondisi ini juga sejalan dengan penelitian Budiarno, Udayana, dan Lukitaningsih (2022) yang menemukan bahwa kualitas layanan dapat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan apabila tidak dikelola dengan baik. Beberapa konsumen bahkan percaya bahwa kualitas layanan tidak terlalu penting dalam menentukan kepuasan (Nadhifah 2021).

Dengan demikian, untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan harus fokus pada peningkatan kualitas layanan secara menyeluruh, termasuk aspek kecepatan layanan, keramahan staf, kejelasan informasi, dan kenyamanan fasilitas.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

konsumen di Café Jerapah, Kota Pematangsiantar. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan akan berdampak pada peningkatan kepuasan konsumen. Sebaliknya, apabila kualitas layanan tidak memenuhi harapan konsumen, maka tingkat kepuasan cenderung menurun. Oleh karena itu, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas layanan, termasuk kecepatan pelayanan, keramahan staf, kejelasan informasi, serta kenyamanan fasilitas, guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sebagai rekomendasi, Café Jerapah sebaiknya terus melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas layanan secara berkala, terutama dalam hal ketelitian karyawan saat proses pembayaran dan penyediaan fasilitas yang memadai, seperti ketersediaan kursi yang cukup. Pelatihan rutin bagi staf tentang sikap ramah dan responsif juga sangat dianjurkan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Selain itu, pengelola café dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mempercepat pelayanan dan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Café Jerapah yang telah memberikan izin dan kesempatan

untuk melakukan penelitian ini, serta kepada semua responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Dhika. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rental Mobil CV. Ilham Motor Gandu Mlarak Ponorogo." *Al Tijarah* 1(1):97.
- Antanegoro, RM Yordan, Djasuro Surya, and Fauzi Sanusi. 2017. "Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Inovasi Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa* 1(2):167–79.
- Bevans., Rebecca. 2020. "Simple Linear Regression | An Easy Introduction & Examples." *Scribbr*. Retrieved March 26, 2023 (<https://www.scribbr.com/statistics/simple-linear-regression/#:~:text=What%20is%20simple%20linear%20regression,Both%20variables%20should%20be%20quantitative.>).
- Budiarno, Ida Bagus Nyoman Udayana, and Ambar Lukitaningsih. 2022. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi* 19(02):226–33.
- Efendi, Ali. 2023. "Mendesain Kafe Sebagai Alternatif Tempat Belajar." *Geotimes.Id*. Retrieved April 5, 2025 (<https://geotimes.id/opini/mendesain-afe-sebagai-alternatif-tempat-belajar/>).
- Eisingerich, Andreas B., and Gaia Rubera. 2010. "Drivers of Brand Commitment: A Cross-National Investigation." *Journal of International Marketing* 18(2):64–79.
- Faiz, Fahriansah. 2023. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Ucok Kopi." *JMRI Journal of Multidisciplinary Research and Innovation* 1(1):1–13.
- Fillayata, Vista Efanny, and Mukaram. 2020. "Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Road Café Steak & Pasta Bandung)." *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar* 11(1):969–76.
- Firatmadi, Agung. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Journal of Business Studies* 2(2):2443–3837.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, and Rolph E. Anderson. 2010. *Multivariate Data Analysis*. 7th Editio. New Jersey: Prentice Hall.
- Hajjar, Said Taan EL. 2018. "Statistical Analysis: Internal-

- Consistency Reliability And Construct Validity.” *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods* 6(1):27–38.
- Ishak, Asmai. 2009. “Pentingnya Kepuasan Konsumen Dan Implementasi Strategi Pemasarannya.” *Jurnal Siasat Bisnis* ed(khus1):1–11.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, Tyas, Bambang Irawan, and Adi Prasodjo. 2019. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pizza Hut Cabang Jember.” *E-Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi* 6(2):147.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, and Dedy A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Ed.2. Jakarta: Salemba Empat.
- Mariansyah, Alvin, and Amirudin Syarif. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen (JIBM)* 3(2):134–46.
- Maulyan, Feti Fatimah, Devi Yuniaty Drajat, Ria Yuli Angliawati, and Dwi Sandini. 2022. “Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review.” *Jurnal Sains Manajemen* 4(1):8–17.
- Muazaroh, Nailahtul, Rizky Eka Febriansah, and Lilik Indayani. 2024. “Pengaruh Harga , Kualitas Produk , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Setan Prigen Pasuruan.” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 8(2):1832–39.
- Nadhifah, Niswatin. 2021. “Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Citra Kreasi Makmur Kediri.” *Soetomo Business Review* 2(4):267–78.
- NewsCorner.id. 2021. “Siantar-Simalungun Coffee Festival Tahun 2021, Wadah Insan Kopi Di Sisibataslabuhan.” *NewsCorner.Id*. Retrieved August 7, 2025 (<https://newscorner.id/siantar-simalungun-coffee-festival-tahun-2021-wadah-insan-kopi-di-sisibataslabuhan/>).
- Saputra, Gede Wisnu, and I. Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2020. “Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9(7):2596–2620.
- Shaleh Z, Muhammad, and M. Rahmat. 2020. “Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Cahaya Kabupaten

Majene.” *Mandar: Management Development and Applied Research Journal* 2(2):53–62.

Sinaga, Mersi, and Inneke Sulistyowati. 2018. “Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pengendalian Mutu D ’ Ayam Crispy Di Yogyakarta).” *OSF Preprints* 1–17.

Tanjung, Rizal. 2024. “Dilema Coffee Shop Di Pematangsiantar: Pertumbuhan Meningkat, Tren Melemah.” *Parboaboa.Com*. Retrieved April 7, 2025 (<https://parboaboa.com/dilema-coffee-shop-di-pematangsiantar>).

Tiong, Piter. 2018. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt. Primagum Sejati Di Makassar.” *SEIKO : Journal of Management & Business* 1(2):176–203.

Tussafinah, Hima. 2018. “Pengaruh Rating Dan Ulasan, Jaminan 100% Pengembalian Dan Layanan Cod Atau Bayar Di Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Lazada.” Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Widjojo, Paulus Ongko. 2013. “Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center Di Surabaya.” *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen* 2(4):1–5.