



The Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction At Narassi Coffee In Tasikmalaya City

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Narassi Coffee Di Kota Tasikmalaya

Muhammad Fikri ^{1)*}; Reny Hidayati ²⁾; Ulpah Jakiyah ³⁾

^{1,2,3)} Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Perjuangan Tasikmalaya
Email: ¹⁾ Mfikri2130@gmail.com; ²⁾ renyhidayati@unper.ac.id; ³⁾ ulpahjakiyah@unper.ac.id

How to Cite :

Fikri. M., Hidayati. R., Jakiyah. U. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Narassi Coffee Di Kota Tasikmalaya. Jurnal Multidisiplin. 2 (2).

ARTICLE HISTORY

Received [27 Oktober 2025]

Revised [01 Desember 2025]

Accepted [03 Desember 2025]

KEYWORDS

Consumer Satisfaction, Service Quality.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam keberlangsungan usaha di bidang jasa, termasuk coffee shop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Narassi Coffee di Kota Tasikmalaya. Kualitas pelayanan dilihat dari lima aspek utama, yaitu tampilan fisik, keandalan, responsivitas, jaminan, dan perhatian secara personal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan pengambilan responden secara sengaja (purposive sampling). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 60 konsumen yang memiliki pengalaman berbeda dalam hal frekuensi kunjungan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kaitan yang erat dengan tingkat kepuasan konsumen. Semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa perhatian terhadap kualitas pelayanan menjadi kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen di tengah persaingan bisnis coffee shop yang semakin berkembang.

ABSTRACT

Customer satisfaction is a key factor in the success of service-based businesses, including coffee shops. This study aims to examine the impact of service quality on customer satisfaction at Narassi Coffee in Tasikmalaya. Service quality is assessed through five main dimensions: physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The research uses a descriptive quantitative approach with purposive sampling. Data were collected through questionnaires distributed to 60 respondents with varying visit frequencies. The results indicate that service quality is closely related to customer satisfaction. The better the service provided, the higher the customer satisfaction. This finding emphasizes that focusing on service quality is crucial for maintaining and enhancing customer satisfaction in the increasingly competitive coffee shop industry.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman telah mempercepat dinamika dalam dunia bisnis, salah satunya adalah sektor kuliner. Bisnis kuliner, termasuk *coffee shop*, semakin berkembang di Indonesia dan menjadi tempat favorit bagi kalangan muda untuk berkumpul. Hal ini dapat dilihat dari maraknya model bisnis yang mengusung konsep *coffee shop*. Pertumbuhan yang pesat ini terutama disebabkan oleh tren di kalangan generasi muda untuk menghabiskan waktu. Menghabiskan waktu di *coffee shop* telah menjadi rutinitas bagi mereka yang ingin bersosialisasi dengan teman-teman maupun keluarga. Selain itu, *coffee*

shop sering dijadikan sebagai tempat untuk mengerjakan tugas sekolah, kuliah, atau pekerjaan, karena menawarkan suasana yang berbeda. Saat ini, *coffee shop* telah menjadi lokasi yang sangat diminati oleh masyarakat. Banyaknya *coffee shop* yang muncul di Indonesia menunjukkan bahwa semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk mengunjunginya. Dengan semakin banyak pilihan yang tersedia, konsumen dihadapkan pada beragam opsi saat memilih *coffee shop* yang akan dikunjungi.

Tasikmalaya adalah salah satu kota di Jawa Barat, di mana masyarakatnya umumnya sangat responsif terhadap perubahan gaya hidup, termasuk dalam hal menghabiskan waktu di kafe atau kedai kopi. Oleh karena itu, banyak pelaku bisnis yang mulai tertarik untuk mendirikan kafe atau kedai kopi di kota Tasikmalaya. Berdasarkan data yang diperoleh dari (Open Data Kota Tasikmalaya, 2022) terdapat 355 *cafe* di Tasikmalaya, termasuk 47 di antaranya yang merupakan *coffee shop*. Salah satu bisnis *coffee shop* di Kota Tasikmalaya adalah Narassi Coffee, yang berlokasi di Jl. Panglayungan VI No. 6. *Narassi Coffee* didirikan pada 6 Maret 2021 dan menawarkan berbagai menu minuman berbahan dasar kopi, serta pilihan menu makanan. Selain melayani pelanggan di tempat, *Narassi Coffee* juga memberikan kemudahan bagi konsumen dengan menerima pesanan secara daring melalui *platform* seperti *GrabFood* dan *GoFood*. Selain itu, *Narassi Coffee* menyediakan berbagai fasilitas, antara lain pendingin ruangan, lingkungan yang bersih, akses Wi-Fi, serta spot foto. Konsumen dapat menikmati suasana relaksasi sambil menikmati produk *Narassi Coffee*, didukung oleh musik yang diputarkan di lokasi.

Table 1 Jumlah Konsumen dan Penjualan Produk Di Narassi Coffee November 2023 - Mei 2024

Periode	Jumlah Konsumen	Jumlah Penjualan Produk
November 2023	2.421	7.640
Desember 2023	2.720	8.611
Januari 2024	2.183	7.244
Februari 2024	2.127	6.881
Maret 2024	1.600	5.235
April 2024	2.867	9.395
Mei 2024	2.231	6.989

Sumber : *Narassi Coffee* 2024

Berdasarkan data yang terdapat pada Tabel 1, terlihat adanya fluktuasi dalam jumlah konsumen serta penjualan produk selama tujuh bulan terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat naik turunnya kedatangan konsumen, yang kemungkinan disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang memuaskan. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, *Narassi Coffee* perlu mengembangkan strategi yang efektif agar dapat menarik lebih banyak konsumen serta mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu, menarik untuk diteliti lebih lanjut apakah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Dengan demikian, penulis tertarik untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di *Narassi Coffee*, Kota Tasikmalaya. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati) terhadap kepuasan konsumen pada *Narassi Coffee* di Kota Tasikmalaya.

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Menurut KBBI, pelayanan adalah aktivitas membantu menyiapkan kebutuhan seseorang. Hasibuan (2017) mendefinisikan pelayanan sebagai pemberian jasa dari satu pihak ke pihak lain guna memenuhi kebutuhan dan menciptakan kepuasan, yang menjadi faktor penting dalam pencapaian target pemasaran. Kualitas pelayanan menjadi strategi utama untuk memperoleh keunggulan bersaing. Tjiptono (2014) menyatakan kualitas pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen melalui penyampaian jasa yang tepat. Kahfi dan Nugraha (2022) mengemukakan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu: *Tangibles* (fasilitas fisik), *Reliability* (keandalan layanan), *Responsiveness* (kesigapan membantu konsumen), *Assurance* (kepercayaan, pengetahuan, keramahan), dan *Empathy* (perhatian personal). Cesariana et al. (2022) menegaskan kualitas pelayanan terlihat dari kemampuan perusahaan memenuhi ekspektasi konsumen yang berdampak pada kepuasan atau kekecewaan. Lesmana dan Ratnasari (2019) menambahkan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan interaksi dan pengalaman pelanggan, yang memengaruhi keputusan untuk kembali menggunakan atau merekomendasikan



layanan. Indikator Kualitas Pelayanan menggunakan yaitu Bukti fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*) dan Empati (*empathy*).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi berupa perasaan senang atau kecewa setelah pembelian, berdasarkan perbandingan antara hasil yang diperoleh dengan harapan. Tjiptono (2014) mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, layanan, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi harapan. Lesmana dan Ratnasari (2019) menyatakan kepuasan konsumen tercapai bila tidak ada selisih antara harapan dan kinerja aktual; apabila kinerja di bawah harapan, konsumen akan kecewa, sebaliknya jika melebihi harapan maka kepuasan meningkat. Daga (2017) menegaskan kepuasan konsumen sebagai perasaan positif saat berinteraksi dengan produk atau jasa, baik ketika digunakan maupun setelahnya. Jika kinerja tidak sesuai harapan, konsumen merasa tidak puas. Sementara itu, Tjiptono (2014) juga menjelaskan kepuasan sebagai kondisi psikologis pembeli yang mencerminkan kesesuaian hasil dengan pengorbanan yang telah dilakukan. Dengan demikian, kualitas berhubungan erat dengan kemampuan memenuhi ekspektasi, sedangkan kepuasan konsumen muncul ketika kinerja produk atau jasa sesuai bahkan melebihi harapan, yang berdampak pada loyalitas dan citra perusahaan. Indikator Kepuasan Konsumen menggunakan yaitu Penampilan, Minat untuk menggunakan produk, Merekomendasikan untuk menggunakan produk dan Keyakinan.

Dalam penelitian ini terdapat gambar kerangka pemikiran yang di gambarkan pada gambar berikut ini :



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ditentukan secara purposive, yaitu di Narassi Coffee Kota Tasikmalaya dengan pertimbangan adanya keluhan konsumen terkait kualitas pelayanan. Penelitian berlangsung pada Mei hingga September 2024. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Observasi dilakukan dengan mengamati kepuasan konsumen, sedangkan wawancara dilaksanakan langsung kepada konsumen melalui penyebaran kuesioner berisi pertanyaan relevan. Partisipasi konsumen menjadi penting dalam memperoleh data akurat. Sementara itu, studi kepustakaan dilakukan untuk mencari referensi yang mendukung, sehingga data yang diperoleh lebih valid dan komprehensif (Umami et al., 2019). Penetapan sampel menggunakan metode purposive sampling sesuai kriteria tertentu (Sugiyono, 2020).

Kriteria penelitian mencakup: (1) pengisian kuesioner pada 20–23 Agustus 2024, (2) responden merupakan konsumen yang makan atau minum di tempat, (3) konsumen yang baru berkunjung kurang dari dua kali, (4) konsumen yang sudah berkunjung lebih dari dua kali, dan (5) jumlah responden sebanyak 60 orang, terdiri dari 30 konsumen baru dan 30 konsumen tetap. Analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan regresi linier sederhana. Analisis ini bertujuan memprediksi kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X) sebagai variabel independen (Febriani, 2020). Rumus persamaan yang digunakan: $Y = \alpha + bX$, dengan Y = kepuasan konsumen, α = konstanta, b = koefisien regresi, dan X = kualitas pelayanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8614.69424807
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.048
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^a

Sumber: Olah Data Primer 2024

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. didapatkan hasil Asymp. Sig (2 tailed) dengan mendapatkan nilai 0,200. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal karena nilai 0,200 > 0,05 artinya variabel dalam penelitian ini dinyatakan memiliki distribusi data yang normal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Nanincova, 2019) apabila data signifikansi diatas 0,05 maka model regresi yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen ini memiliki distribusi variabel yang normal.

Tabel 3 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			
			Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	.067
		Linearity	.003
		Deviation from Linearity	.121
	Within Groups		
	Total		

Sumber: Olah Data Primer 2024

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan konsumen (Y) dengan hubungan antara variabel dikatakan linier jika nilai signifikan > 0,05. Hasil uji linieritas (uji anova tabel) menunjukkan nilai *sig liniarity* sebesar 0,003 < 0,05 dan nilai *sig deviation from liniarity* sebesar 0,121 > 0,05. Dengan nilai *sig liniarity* lebih kecil dari 0,05 dan *sig deviation from liniarity* lebih besar dari 0,05. Yang berarti variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen berbentuk linier. Menurut (Ghazali, 2016) jika nilai signifikan >0,05 maka hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen dikatakan linier.

Tabel 4 Hasil Uji Homogenitas

Tests of Homogeneity of Variances			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.019	1	12	.892

Sumber: Olah Data Primer 2024

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y) bersifat homogen atau tidak. Berdasarkan hasil olah data untuk uji homogenitas didapat nilai signifikansi sebesar 0,892 > 0,05 atau 89,2%. Hal ini berarti bahwa variabel adalah *homogeny* atau sama, artinya sampel yang diambil dari populasi yang sama dapat mewakili dari



jumlah populasi yang ada. Menurut (Priyatno, 2016) uji homogenitas dapat dikatakan homogen apabila signifikan > 0,05.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13261.811	4694.749		2.825	.006
	Kualitas Pelayanan (X)	.421	.059	.686	7.172	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Olah Data Primer 2024

Berdasarkan Tabel 5 diatas didapatkan nilai konstanta dan koefisien persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = 13261,811 + 0,421 X$$

Nilai konstanta memiliki hasil 13261,811 yang berarti menunjukkan suatu pengaruh yang searah antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Hasil koefisien persamaan regresi linier sederhana yaitu 0,421 artinya nilai tersebut menunjukkan terdapat pengaruh anatara variabel kualitas pelayanan (X) dengan kepuasan konsumen (Y).

Table 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.470	.461	8688.641

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Olah Data Primer 2024

Dilihat dari Tabel 6 diatas koefisien determinasi didapatkan nilai (R²) sebesar 0,470. Hal ini berarti 47% semakin ditingkatkan kepuasan konsumen maka kualitas pelayanan akan semakin meningkat, sedangkan sisanya 53% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 7 Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.825	.006
	Kualitas Pelayanan (X)	7.172	<.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)

Sumber: Olah Data Primer 2024

Dilihat dari Tabel 7 hasil uji t memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Hal ini menyatakan bahwan kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan taraf kepercayaan 95% atau 0,95. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nanincova 2019) yang menunjukkan hasil nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Narassi Coffee Di Kota Tasikmalaya

Hasil penelitian mengenai bukti fisik menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,14, yang termasuk dalam kategori puas. Komponen seperti kenyamanan tempat, fasilitas, desain interior modern, area parkir yang luas, serta kebersihan yang terjaga berkontribusi besar dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Dengan lingkungan yang sesuai harapan, Narassi Coffee dapat meningkatkan kepuasan dan

loyalitas pelanggan. Pada aspek kehandalan, nilai rata-rata yang diperoleh adalah 4,2, juga dalam kategori puas, dengan komponen yang memengaruhi meliputi ketepatan waktu penyediaan produk, konsistensi rasa, penjelasan menu yang jelas dan akurat, kesiapan melayani meskipun ramai, serta kelancaran sistem pembayaran, yang semuanya penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen. Hasil mengenai daya tanggap menunjukkan nilai rata-rata 4,17, termasuk kategori puas, di mana kesiapan melayani, kecepatan merespons kebutuhan, serta kesigapan memberikan bantuan sangat berperan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat hubungan antara Narassi Coffee dan pelanggannya. Pada aspek jaminan, nilai rata-rata 4,11 menunjukkan konsumen merasa puas, dengan komponen seperti keramahan dalam pelayanan, jaminan kepuasan, penanganan keluhan, serta kualitas bahan dan privasi dalam transaksi yang sangat penting dalam membangun rasa aman dan kepercayaan konsumen.

Terakhir, aspek empati mencatat nilai rata-rata 4,14 dalam kategori puas, di mana pelayanan yang responsif serta perhatian kepada konsumen menciptakan lingkungan yang adil dan tanpa diskriminasi, memperkuat keterikatan konsumen dengan Narassi Coffee. Secara keseluruhan, rata-rata komponen bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati adalah 4,15, yang termasuk kategori puas, dan sejalan dengan penelitian terdahulu (Setiawan et al., 2019) yang menunjukkan bahwa hasil pengujian pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu cara untuk mencapai kepuasan konsumen adalah dengan memberikan pelayanan yang optimal, di mana kualitas pelayanan yang baik akan membawa pada kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa puas, mereka cenderung melakukan pembelian ulang, berbagi pengalaman positif dengan orang lain, dan lebih bersedia merekomendasikan Narassi Coffee. Oleh karena itu, Narassi Coffee perlu serius mempertimbangkan pentingnya menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, sebab pelayanan yang baik tidak hanya membantu menjaga hubungan jangka panjang dengan konsumen, tetapi juga membangun citra positif untuk Narassi Coffee. Saat ini, semakin jelas bahwa kualitas pelayanan adalah komponen penting dalam mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif dan memastikan keberlanjutan bisnis di masa depan. Salah satu aspek penting dalam penelitian ini adalah menjadikan kualitas pelayanan sebagai prioritas utama dalam upaya menciptakan kepuasan konsumen, terutama untuk meningkatkan tingkat kepuasan dari sekadar puas menjadi sangat puas. Jika Narassi Coffee dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, maka hal ini akan menarik lebih banyak konsumen. Ketika konsumen merasakan tingkat kepuasan yang tinggi, terjalinlah hubungan yang harmonis antara Narassi Coffee dan konsumen, yang akan berpotensi mendorong terjadinya pembelian ulang di Narassi Coffee. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan di Narassi Coffee sangatlah penting untuk menciptakan kepuasan konsumen dan menjamin keberlanjutan bisnis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Narassi Coffee, Kota Tasikmalaya, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan, seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, secara kolektif berkontribusi dalam meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Konsumen yang merasa puas cenderung melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan Narassi Coffee kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi usaha. Temuan ini menegaskan bahwa perhatian terhadap kualitas pelayanan menjadi kunci dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen di tengah persaingan bisnis coffee shop yang semakin kompetitif.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang diharapkan bermanfaat bagi Narassi Coffee maupun pihak lainnya. Narassi Coffee disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dari tingkat puas menjadi sangat puas, salah satunya dengan menciptakan inovasi baru yang menarik serta memiliki keunikan dibandingkan coffee shop lainnya. Hal ini penting agar mampu meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen secara berkelanjutan. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel-variabel lain dalam penelitian, sehingga hasil penelitian ke depan dapat lebih komprehensif dan memberikan manfaat yang lebih luas, baik bagi pengembangan keilmuan maupun bagi praktisi yang membutuhkan.



DAFTAR PUSTAKA

- Arif, D. and Ekasari, R. (2020) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Ecopreneur.12 Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), pp. 139–146.
- Cesariana, C., Juliansyah, F. and Fitriyani, R. (2022) 'Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran)', *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), pp. 211–224.
- Daga, R. (2017) *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Hamzah Upu. Makasar: Global research and Consulting Institute.
- Febriani, R. (2017) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam)', *Skripsi [Preprint]*.
- Ghazali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Hasibuan, M.S.P. (2017) *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Kahfi, G. Al and Nugraha, R.N. (2022) 'The Effect of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy on Tourist Satisfaction in Dunia Fantasi Taman Impian Jaya Ancol After The Implementation of The Covid-19 Vaccination'. Available at: <https://doi.org/10.30647/trj.v6i1.146>.
- Kasmir (2017) *Customer Service Excellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Lesmana, R. and Ratnasari (2019) 'Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt . Radekatama Piranti Nusa', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2).
- Mariansyah, A. and Syarif, A. (2020) 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu', *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), pp. 134–146.
- Mu'tashim, M.I. and Slamet, A.S. (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor)', *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 10(2), pp. 118–132. Available at: <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30131>.
- Nanincova, N. (2019) 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro', *Agora*, 7(2), pp. 1–5.
- Open Data Kota Tasikmalaya (2022) *Jumlah Coffee Shop dan Cafe Di Kota Tasikmalaya*. Available at: <https://data.tasikmalayakota.go.id/home/dinas-kepemudaan-olahraga-kebudayaan-dan-pariwisata/jumlah-coffee-shop-dan-cafe-di-kota-tasikmalaya/>.
- Priyatno, D. (2016) *Belajar alat analisis data dan cara pengolahannya dengan spss*. Yogyakarta: Gava media.
- Saepullah, A. and Himawan, A. (2024) 'Pengaruh atraksi , aksesibilitas dan amenities terhadap minat kunjungan wisatawan ke kawasan ekonomi khusus (KEK) pariwisata Tanjung Lesung Banten', *Journal of Economic Resilience and Sustainable Developmen*, 1(1), pp. 20–31.
- Setiawan, A., Qomariah, N. and Hermawan, H. (2019) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen', *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 9(2), pp. 1–9.
- Sugiyono (2020) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabet,cv.
- Sujarweni, W. V (2014) *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustakabarupresss.
- Suryani, A.I. (2012) 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Tafakul Umum Cabang Pekanbaru'.
- Tjiptono, F. (2014) *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. and Anastasia, D. (2019) *Kepuasan Pelanggan (Konsep, Pengukuran, dan Strategi)*.

Yogyakarta: Andi.

Umami, R., Rizal, A. and Sumartik (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe', *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2). Available at: <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.630>.