

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen

Ria Setyawati

Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Balikpapan

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada kafe Just 4 Fun Balikpapan. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), dan kepuasan konsumen (X2). Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan media kuesioner dengan metode linkert. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen dari kafe Just 4 Fun Balikpapan. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling dengan sampel sebanyak 88 konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana menggunakan SPSS untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0,00 menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai arah regresi koefisien positif dengan kepuasan konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas pelayanan; kepuasan konsumen

The effect of service quality on the level of customer satisfaction

Abstract

This research aims to analyzed the effect of service quality on the consumer satisfaction level at Just 4 Fun café Balikpapan. The variables in this study was the quality service (X1) and Customer Satisfaction (Y). The method used in this research is using quantitative methods. The data collection technique in this study used a questionnaire media with the linkert method. The population in this study is consumers Just 4 Fun Café Balikpapan. The sampling technique used simple random sampling and obtained a sample of 88 consumer. Data analysis methodes use was descriptive analysis and simple linear regression analysisusing SPSS to saw the effect of the independent variable on the dependent variable. The significance value on the service quality variable was obtained at 0.00, indicated that the independent variable had a positive and significant effect on the dependent variable with a significance value of $0.00 < 0.05$. This research showed that the service quality variable has a positive coefficient regression direction with consumer satisfaction. The results of the analysis showed that there is an influential service quality on customer satisfaction.

Key words: service quality; customer satisfaction

PENDAHULUAN

Meminum kopi atau terkenal dengan kata 'ngopi' merupakan aktivitas sosial yang dilakukan baik individu maupun kelompok dengan minum secangkir kopi. Kebiasaan ngopi ini sudah berubah menjadi kebiasaan nongkrong di coffee shop. Gaya hidup yang mulai bermunculan dari secangkir kopi mengakibatkan coffee shop menjadi alternatif gaya hidup yang dapat diterima, diambil dan juga ditingkatkan (Tucker, 2011). Beraneka macam alternatif yang dipasarkan kedai kopi dapat mewujudkan orang menjadi mempunyai berbagai macam gaya hidup baru, bahkan akan menjadikan gaya hidup baru tersebut sebagai bagian kehidupan khalayak sehari-hari sehingga dapat mengarah pada kegiatan yang produktif ((Herlyana et al., n.d.)

Ditengah persaingan kedai kopi yang tengah marak, para pembuat kedai pun berlomba-lomba memberikan yang terbaik agar usaha mereka terus diminati oleh banyak kalangan. Salah satunya dengan mengusung tema yang unik dan variasi menu yang beragam yang dijadikan sebagai ciri khas kedai tersebut. Selain tema dan juga variasi menu, pelayanan yang diberikan oleh kedai kopi menjadi salah satu pengaruh terhadap keberlangsungan dan nama baik kedai tersebut. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik, tentu kedai tersebut mendapatkan kesan tersendiri dimata pelanggan.

Kotler (2002) mengemukakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut (Lovelock dan Wright, 2007) mendefinisikan bahwa kepuasan adalah reaksi seseorang pasca pembelian suatu produk atau kondisi emosional yang ditunjukkan berupa kemarahan, ketidakpuasan, netralitas, kegembiraan dan kesenangan. Seorang pelanggan akan merasa puas apabila harapannya terpenihi sehingga merasa senang jika harapannya terlampaui. Kepuasan pelanggan berkaitan erat dengan kualitas dimana akan berdampak langsung pada prestasi suatu produk. Menurut Tjiptono (2002) bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Suatu usaha yang memiliki tingkat kepuasan pelanggannya tinggi juga memiliki tingkat pelayanan yang tinggi (Tjiptono, 2000).

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan dari pelanggan atau konsumen. Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang perlu diperhatikan serta dimaksimalkan supaya mampu bertahan dan dijadikan pilihan bagi konsumen. Dimensi kualitas pelayanan menurut (Purnama, et.al. 2006) terdapat lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (tangibles), kehandalan (reliability), data tanggap (responsiveness), empati (empathy) dan jaminan (assurances). Sehingga dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan yang mengacu pada dimensi pokok kualitas pelayanan di just 4 cafe. Salah satu kafe yang banyak diminati oleh masyarakat terutama kaum muda ialah kafe Just 4 Fun yang berdiri ditengah perumahan elite dikawasan Balikpapan Baru, kota Balikpapan. Kafe yang mengusung tema minimalis ini mulai berdiri pada akhir 2018 dan diresmikan pada April 2019. Dengan tema dan nuansa unik, kafe Just 4 Fun berhasil menarik peminatnya. Menyuguhkan suasana kafe ala anak muda yang berdiri di tengah perumahan, Just 4 Fun menjadi salah satu kafe yang kerap dikunjungi oleh anak muda untuk sekedar nongkrong atau melakukan kegiatan yang lainnya.

METODE

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dikatakan penelitian kuantitatif karena data yang akan dianalisis berupa angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, dan penampilan hasilnya dengan alat pengolahan data SPSS.

Peneliti melakukan penelitian mulai bulan April 2022 pada kafe Just 4 Fun yang berada di kota Balikpapan, Kalimantan Timur yang berlokasi Perum Balikpapan Baru.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen atau pelanggan kafe Just 4 Fun Balikpapan. Dalam sehari, pengunjung kafe sebanyak 50-100 orang. Penelitian ini dilakukan selama 15 hari dan diambil 50 orang setiap harinya. Artinya, populasi pada penelitian ini sebanyak 750 orang.

Menurut Sugiyono (2015) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel penelitian ditentukan secara delegasi agar bisa disamaratakan dengan baik,

untuk memenuhi syarat penentuan sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan rumus Slovin pengambilan sample menggunakan nilai margin of error sebesar 10% maka hasil perhitungan dari rumus Slovin yang didapat dari penelitian ini adalah 88 konsumen.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{750}{1 + (750 \times 0,1)^2}$$

$$n = \frac{750}{1 + (750 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{750}{8,5}$$

$$n = 88,23$$

$$n = 88$$

Sumber Data dan Teknik Pengambilan Data

Simple Random Sampling atau biasa disingkat Random Sampling merupakan suatu cara pengambilan sampel dimana tiap anggota populasi diberikan opportunity (kesempatan) yang sama untuk terpilih menjadi sampel (N Nurdin, 2018). Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan media angket/kuisisioner dengan metode linkert. Jawaban yang terbagi menjadi subyek yang dinyatakan dalam 5 kategori yaitu: sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), dan sangat setuju (SS)

Teknik Analisis Data

Ada beberapa alat uji yang sering dilakukan dalam uji asumsi klasik diantaranya adalah: uji normalitas yang bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal (Ghozali, 2013) Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Regresi yang baik adalah regresi yang memiliki data yang berdistribusi normal. Regresi linier sederhana Regresi linear sederhana atau sering disingkat dengan SLR (Simple Linier Regression) juga merupakan salah satu metode statistik yang dipergunakan dalam produksi untuk melakukan peramalan atau pun prediksi tentang karakteristik kualitas maupun kuantitas, uji hipotesis penelitian Untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji t, karena uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dan hubungan variabel independen terhadap variabel dependen secara sendiri-sendiri atau parsial dan Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi (r^2) yang berkaitan dengan variabel bebas dan variabel terikat. Secara umum dikatakan bahwa r^2 merupakan kuadrat korelasi antara yang digunakan sebagai predictor dan variabel yang memberikan response. Koefisien determinasi digunakan sebagai upaya melihat besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Abdurrahman et al. 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Untuk pengujian validitas instrument penelitian ini, penulis menggunakan program SPSS 25 for windows. Hasil uji validitas adalah menguji kelayakan pertanyaan yang digunakan pada kuesioner dimana yang diperoleh melalui program SPSS 25 dengan membandingkan nilai Pearson Correlation (korelasi product moment) pada setiap item pertanyaan pada setiap variabel dengan nilai rtabel yang menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ nilai rtabel sebesar 0,361 dan dengan pengujian menggunakan 30 sample yaitu data responden pengujung kafe Just 4 Fun Balikpapan.

Tabel 1.
 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan/indikator	Pearson correlations	r tabel n =30	Keterangan
Tangibles (X1)	X.1	0,512	0,361	Valid
	X.2	0,485	0,361	Valid
	X.3	0,558	0,361	Valid
	X.4	0,651	0,361	Valid
	X.5	0,564	0,361	Valid
	X.6	0,658	0,361	Valid

Variabel	Pertanyaan/indikator	Pearson correlations	r tabel n =30	Keterangan
Reliability (X2)	X.7	0,580	0,361	Valid
	X.8	0,645	0,361	Valid
	X.9	0,582	0,361	Valid
	X.10	0,693	0,361	Valid
Responsiveness (X3)	X.11	0,625	0,361	Valid
	X.12	0,682	0,361	Valid
	X.13	0,586	0,361	Valid
Assurance (X4)	X.14	0,668	0,361	Valid
	X.15	0,688	0,361	Valid
	X.16	0,605	0,361	Valid
Empathy (X5)	X.17	0,670	0,361	Valid
	X.18	0,557	0,361	Valid
	X.19	0,431	0,361	Valid
	X.20	0,547	0,361	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y.1	0,446	0,361	Valid
	Y.2	0,422	0,361	Valid
	Y.3	0,620	0,361	Valid
	Y.4	0,577	0,361	Valid
	Y.5	0,598	0,361	Valid
	Y.6	0,706	0,361	Valid
	Y.7	0,690	0,361	Valid
	Y.8	0,695	0,361	Valid

Berdasarkan hasil diatas diatas diketahui bahwa nilai r hitung untuk pertanyaan Kualitas Pelayanan (X) menunjukkan semua nilai r hitung > rtabel (0,361). Hasil perhitungan rtabel diperoleh nilai sebesar 0,361. Jadi semua pertanyaan tersebut dapat dinyatakan valid. dapat dilihat bahwa pengujian reliabilitas diperoleh nilai semua variabel lebih besar dari 0,60 yang menurut kriteria bisa dikatakan reliabel.

Uji Reliabilitas

(Sugiyono, 2018, p. 116) mengatakan uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah alat ukur yang digunakan (kuesioner) menunjukkan konsistensi didalam mengukur gejala yang sama. Kriteria pengambilan keputusan uji realibilitas pada penelitian ini yaitu, Instrument dinyatakan realibilitas apabila nilai Cronbach"s Alpha > dari 0,6 dan Instrument dinyatakan tidak realibilitas apabila Cronbach"s Alpha < dari 0,6. Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 2.
Uji Reabilitas

Variabel	Nilai r hitung Alpha Crounbach	Nilai r tabel Alpha Crounbach	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,750	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,774	0,6	Reliabel

Uji Normalitas

Pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi secara normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya >0,05 maka nilai residual berdistribusi secara normal. Dan sebaliknya, jika nilai signifikansi <0,05 maka nilai residual tidak berdistribusi secara normal. Uji normalitas data menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov test.

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.71316173
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.080
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, diketahui nilai signifikansi pada Asymp. Sig (2-tailed) diperoleh sebesar 0,200. Artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual kafe Just 4 Fun Balikpapan berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana ini bertujuan untuk mengukur hubungan dua variabel atau lebih, juga menunjukkan antara arah hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Dengan mengacu pada hasil pengujian terhadap pelanggaran asumsi klasik dimana data terdistribusi normal, maka analisis regresi linear sederhana dapat dipergunakan sebagai model alat analisis bagi pengujian hipotesis penelitian.

Tabel 4.
Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.290	1.792		1.278	.205
Kualitas pelayanan	.367	.023	.868	16.231	.000

a. Dependent Variable: kepuasan.konsumen

Menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai arah koefisien regresi positif dengan kepuasan konsumen yaitu $b = 0,367$ yang dimana artinya setiap penambahan 1% nilai kualitas pelayanan, maka nilai kepuasan konsumen bertambah 0,367. Dapat diketahui nilai t hitung = 16,231 dengan nilai sig $0,00 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Just 4 Fun Balikpapan. Adapun hasil uji hipotesis dengan uji parsial atau uji t dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 5.
Hasil Uji t
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.290	1.792		1.278	.205
1 kualitas.pelayanan	.367	.023	.868	16.231	.000

a. Dependent Variable: kepuasan.konsumen

Berdasarkan hasil pengujian regresi secara parsial pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadapkepuasan konsumen di Just 4 Fun

Balikpapan. Dari hasil penelitian yang diperoleh melalui analisis secara kuantitatif, menunjukkan bahwa variabel independen (kualitas pelayanan) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen). Hal ini ditunjukkan dengan uji t yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hipotesis berbunyi:

H0: Tidak adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

H1: Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikatakan bahwa nilai t hitung sebesar 16,231. T tabel 86 adalah 1,988. Karena t hitung sebesar 16,231 lebih besar dari t tabel 1,988, sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi

Tabel 6.

Hasil Uji r

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.868a	.754	.751	1.710

a. Predictors: (Constant), kualitas.pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan.konsumen

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,868. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,754. Berdasarkan hasil uji determinasi yang tampak pada tabel hal tersebut berarti 75,4% variabel kualitas pelayanan dapat dijelaskan oleh variabel kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya (100%-75,4%) adalah 24,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

SIMPULAN

Pada indikator pertama yaitu tangibles atau berwujud ini terdapat enam pertanyaan yang penulis ajukan kepada responden/pengunjung kafe Just 4 Fun Balikpapan. Tangibles yaitu menggambarkan wujud secara fisik dan yang layanan yang akan diterima oleh konsumen. Seperti contoh keadaan gedung, fasilitas, desain serta kerapian penampilan karyawan. Pada indikator kedua yaitu reliability terdapat empat pertanyaan yang penulis ajukan kepada 88 responden. Reliability adalah ketika seorang karyawan mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi konsumen dengan cepat. Dengan kata lain, seberapa mampu seorang karyawan dalam membantu menyelesaikan keluhan dari pelanggan. Pada indikator ketiga terdapat tiga pertanyaan yang untuk menggambarkan indikator responsiveness atau bagaimana kecepatan karyawan dalam memberikan pelayanan serta menanggapi tanggapan dari keluhan pelanggan itu sendiri. Indikator keempat pada penelitian ini adalah assurance atau jaminan. Jaminan yang dimana pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan dalam menciptakan keyakinan dan kepercayaan kepada pelanggannya. Pada indikator terakhir penyusun variabel kualitas pelayanan ini, empathy atau empati adalah bagaimana karyawan menunjukkan kepedulian dan perhatian secara pribadi. Bentuk empati ini memberikan kenyamanan sepanjang pelanggan berada di kafe.

Menurut Kotler & Keller dalam Setiawan, dkk (2016:3), kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para konsumen. Semua usaha diarahkan kepada satu tujuan yaitu tercapainya kepuasan konsumen sehingga terciptanya loyalitas konsumen.

Pada indikator penyusun kepuasan konsumen ini terdapat tiga indikator pendukung menurut Consuegra (2007) yaitu persepsi kinerja, kesesuaian harapan dan penilaian pelanggan. Berikut adalah hasil dari pembahasan variabel kepuasan konsumen (Y): Pada indikator pertama yaitu persepsi kinerja ini menjelaskan apakah hasil produk yang diterima pelanggan sudah dapat diterima sangat baik atau belum. Pada indikator kedua yaitu kesesuaian harapan ini diharapkan produk yang ditawarkan. Pada indikator ini diharapkan dari segi rasa, varian menu, porsi, kesesuaian alat lebih baik dari pada yang lainnya. Yang artinya dimana secara keseluruhan produk yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan kafe lain.

Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan konsumen (Y). pada variabel kualitas pelayanan terdapat lima indikator pendukung yaitu bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty). Sedangkan pada variabel kepuasan konsumen terdapat tiga indikator pendukung yaitu persepsi kinerja, kesesuaian harapan, dan penilaian konsumen. Berikut penjabaran hasil pada tiap variabel dan indikator. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di kafe Just 4 Fun Balikpapan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di kafe Just 4 Fun Balikpapan. Hal ini ditunjukkan dengan uji t yang memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau nilai signifikansi $0,00 < 0,05$.

Dapat dikatakan bahwa nilai t hitung sebesar 16,231. T table 86 (n-2) adalah 1,988. Karena t hitung sebesar 16,231 lebih besar dari t table 1,988, sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang berarti ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Setiawan et al., 2019.) yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman et al. (2011). Metode Statistika. Cetakan Kesatu. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Consuegra, D Molina. 2007. An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector. *Journal of Product & Brand Management*.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Herlyana, E. (2014). Fenomena coffee shop sebagai gejala gaya hidup baru kaum muda. *THAQAFIYYAT: Jurnal Bahasa, Peradaban dan Informasi Islam*, 13(1), 187-204..)
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran Edisi Millenium. Jakarta: PT. Prehallindo
- Lovelock, C., & Wright. L. (2007). Manajemen Pemasaran Jasa, Alih bahasa Agus Widyantoro (Cetakan Kedua). Jakarta: PT Indeks.
- Nurdin, N., Hamdhana, D., & Iqbal, M. (2018). Aplikasi Quick Count Pilkada Dengan Menggunakan Metode Sample Random Sampling Berbasis Android. *TECHSI-Jurnal Teknik Informatika*, 10(1), 141-156.
- Purnama, Nursya'bani. (2006). Manajemen Kualitas. Edisi Pertama. Yogyakarta: EKONISIA
- Tjiptono, Fandy. (2002). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2000). Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiawan, A., Qomariah, N., & Hermawan, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 114-126.
- Sugiyono. (2015b). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Alfabeta.
- Tucker, Catherine M. (2011). Coffee Culture: Local Experiences, Global Connections. New York: Routledge