

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Cafe J'kopi di Pati)

Anita^{1*}, Retno Susanti²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia¹

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia²

*Email Korespodensi: anitasahajaa@gmail.com

Diterima: 09-08-2024 | Disetujui: 11-08-2024 | Diterbitkan: 13-08-2024

ABSTRACT

Through a quantitative approach, this study evaluates the significant influence of service quality, perceived price, and cafe atmosphere on the level of customer satisfaction visiting Cafe J'Kopi, Pati. Primary data was collected from 100 selected respondents using a structured questionnaire. Multiple linear regression analysis was applied to test the research hypotheses, supported by statistical tests such as validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). Statistical analysis showed a significant effect of service quality ($p = 0.010$), price ($p < 0.001$), and cafe atmosphere ($p = 0.002$) on the level of customer satisfaction. These results indicate that the three variables independently contribute to consumers' positive and significant perceptions of the services provided.

Keywords: Service Quality; Price; Cafe Atmosphere; Customer Satisfaction

ABSTRAK

Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengevaluasi pengaruh signifikansi kualitas pelayanan, harga, dan atmosfer kafe terhadap tingkat kepuasan konsumen yang berkunjung ke Cafe J'Kopi, Pati. Data primer dikumpulkan dari 100 responden terpilih menggunakan kuesioner terstruktur. Analisis regresi linear berganda diterapkan untuk menguji hipotesis penelitian, didukung oleh uji-uji statistik seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Analisis statistik menunjukkan adanya pengaruh signifikan dari kualitas pelayanan ($p = 0,010$), harga ($p < 0,001$), dan suasana kafe ($p = 0,002$) terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hasil ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut secara mandiri berkontribusi pada persepsi positif dan signifikan konsumen terhadap layanan yang diberikan.

Katakunci: Kualitas Pelayanan; Harga; Atmosfer Kafe; Kepuasan Konsumen

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Anita, A., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen Cafe J'kopi di Pati). *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 131-140. <https://doi.org/10.62710/gsonxq85>

PENDAHULUAN

Meningkatnya intensitas persaingan dalam industri makanan dan minuman di Indonesia telah menjadi katalisator bagi perusahaan-perusahaan untuk mengadopsi strategi bisnis yang lebih inovatif. Kedai kopi, sebagai salah satu segmen dalam industri ini, turut merasakan dampak dari dinamika pasar yang semakin kompleks. Dalam konteks ini, kemampuan untuk berinovasi dan memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah menjadi faktor penentu keberhasilan. Desain interior dan eksterior yang menarik menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan bisnis kedai kopi di era modern. Selain menyajikan produk berkualitas, pelaku usaha perlu memperhatikan aspek visual dan fungsionalitas ruang untuk menciptakan atmosfer yang nyaman dan membekas di benak konsumen. Integrasi elemen-elemen seperti pertunjukan musik live, fasilitas internet gratis, dan spot foto estetik dapat meningkatkan daya tarik kedai kopi dan memperkuat positioning merek.

Tabel 1. Jumlah pengunjung café J’Kopi Pati tahun 2023

No.	Bulan	Pengunjung
1	Januari	1299
2	Februari	880
3	Maret	690
4	April	1047
5	Mei	1263
6	Juni	1173
7	Juli	1539
8	Agustus	977
9	September	1009
10	Oktober	1009
11	November	940
12	Desember	2129

(Sumber: Café J’Kopi Pati, 2023)

Tabel di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan dan penurunan jumlah pengunjung yang datang di Café J’Kopi, bulan Januari jumlah konsumen sebanyak 1299 konsumen, kemudian turun pada bulan Februari menjadi 880 konsumen, bulan Maret turun lagi menjadi 690 konsumen, bulan April mengalami peningkatan menjadi 1047 konsumen dan pada bulan Mei naik menjadi 1263 konsumen. Bulan Juni jumlah konsumen turun lagi menjadi 850 konsumen, bulan Juli naik menjadi 1539 konsumen, bulan Agustus mengalami penurunan hingga menjadi 977 konsumen. Bulan September dan Oktober mengalami peningkatan yang sama menjadi sebanyak 1.009 konsumen. Bulan November mengalami penurunan menjadi 940 konsumen, kemudian bulan Desember naik menjadi 2129 konsumen. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengunjung fluktuatif setiap bulannya. Hasil wawancara lanjutan dengan pemilik Café J’kopi Pati menunjukkan bahwa rata- rata kecenderungan bersifat fluktuasi terjadi pada hari raya, sehingga Café J’kopi perlu melakukan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap 20 konsumen Café J’Kopi, terdapat beragam persepsi mengenai kualitas layanan, harga, dan suasana yang ditawarkan. Sekitar 20% responden berpendapat bahwa aspek-aspek tersebut dinilai cukup baik, dengan harga yang terjangkau serta suasana yang nyaman dan

*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen
(Survei Pada Konsumen Cafe J’kopi di Pati)*

(Anita, et al.)

mendukung interaksi sosial. Namun, mayoritas responden (80%) memberikan masukan bahwa kualitas pelayanan perlu ditingkatkan, terutama dalam hal keramahan dan kecepatan pelayanan. Selain itu, beberapa konsumen juga menyoroti harga yang dianggap terlalu tinggi serta kurangnya privasi akibat desain interior yang terbuka.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramudia, Jauhari, dan Saputra (2023) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Utari, Utama, Heryyanto, dan Rudianto (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian Minarti dan Rayhan (2021) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan penelitian Sofyan, Sepang, dan Loindong (2019) menunjukkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu menurut Minarti dan Rayhan (2021) menyatakan bahwa suasana café berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan menurut Rijali dan Rahmawati (2022) menyatakan bahwa store atmosphere tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Mengacu pada latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh signifikansi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen di Café J'kopi Pati.
2. Menganalisis pengaruh signifikansi harga terhadap persepsi kepuasan konsumen di Café J'kopi Pati.
3. Menganalisis pengaruh signifikansi suasana café terhadap kepuasan konsumen di Café J'kopi Pati.

METODE PENELITIAN

Studi ini mengadopsi desain penelitian survei untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Café J'kopi Pati. Data kuantitatif dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada 100 responden yang memenuhi kriteria tertentu. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan teknik non probability sampling (Purposive Sampling). Instrumen penelitian ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan teknik statistik deskriptif, termasuk uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2) untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Hasil dan Pembahasan Uji Validitas

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan (X1)

Item Kuesioner	<i>p-value</i> (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
X1.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X1.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

(Sumber: Data diolah, 2024)

Seluruh item pengukur variabel kualitas pelayanan (X1.1 hingga X1.5) memiliki tingkat signifikansi yang sangat rendah ($p < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan valid secara statistik.

Tabel 3. Hasil uji validitas variabel harga (X2)

Item Kuesioner	p -value (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
X2.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X2.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

(Sumber: Data diolah, 2024)

Seluruh item pengukur variabel kualitas pelayanan (X2.1 hingga X2.5) memiliki tingkat signifikansi yang sangat rendah ($p < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan valid secara statistik.

Tabel 4. Hasil uji validitas variabel suasana cafe (X3)

Item Kuesioner	p -value (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
X3.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
X3.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

(Sumber: Data diolah, 2024)

Seluruh item pengukur variabel kualitas pelayanan (X3.1 hingga X3.5) memiliki tingkat signifikansi yang sangat rendah ($p < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan valid secara statistik.

Tabel 5. Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y)

Item Kuesioner	p -value (signifikansi)	Kriteria	Keterangan
Y.1	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.2	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.3	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.4	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid
Y.5	0,000	$\alpha = 0,05$	Valid

(Sumber: Data diolah, 2024)

Seluruh item pengukur variabel kualitas pelayanan (Y.1 hingga Y.5) memiliki tingkat signifikansi yang sangat rendah ($p < 0,05$), sehingga dapat dinyatakan valid secara statistik.

2) Hasil dan Pembahasan Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Crombach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,740	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,866	0,60	Reliabel
Suasana Cafe (X3)	0,846	0,60	Reliabel
Kepuasan konsumen (Y)	0,715	0,60	Reliabel

(Sumber: Data diolah, 2024)

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel penelitian (X1, X2, X3, dan Y) berada di atas 0,60. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi kriteria.

3) Hasil dan Pembahasan Uji Asumsi Klasik

Tabel 7. Hasil uji multikolinieritas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	0,943	1,060
	Harga	0,913	1,095
	Suasana Cafe	0,936	1,068
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen			

(Sumber: Data diolah, 2024)

Nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) seluruh variabel independen berada di atas ambang batas yang dapat diterima, yaitu masing-masing $> 0,10$ dan < 10 . Hasil ini mengindikasikan bahwa model regresi yang telah dikembangkan bebas dari masalah korelasi yang sempurna antar variabel prediktor.

Tabel 8. Hasil uji heterokedastisitas

Coefficients^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1,927	1,619		0,237
	Kualitas Pelayanan	-0,021	0,051	-0,042	0,687
	Harga	0,061	0,056	0,117	0,273
	Suasana Cafe	-0,033	0,057	-0,060	0,567
a. Dependent Variable: ABSRES 1					

(Sumber: Data diolah, 2024)

Nilai p untuk variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan suasana kafe (X3) masing-masing sebesar 0,687, 0,273, dan 0,567, yang semuanya lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, model regresi yang dihasilkan dapat dianggap lolos uji heterokedastisitas dan dapat digunakan untuk melakukan inferensi statistik.

Tabel 9. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,67295357
Most Extreme Differences	Absolute	0,056
	Positive	0,045
	Negative	-0,056
Test Statistic		0,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

(Sumber: Data diolah, 2024)

Analisis residual melalui uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa distribusi residual tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal ($p > 0,05$)

4) Hasil dan Pembahasan Analisis Induktif

Tabel 10. Hasil analisis regresi linier berganda

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandardized	Standardized			
	Coefficients	Coefficients			
1 (Constant)	1,325	2,766		0,479	0,633
Kualitas Pelayanan	0,227	0,087	0,228	2,611	0,010
Harga	0,369	0,095	0,345	3,879	0,000
Suasana Café	0,318	0,098	0,284	3,240	0,002
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen					

(Sumber: Data diolah, 2024)

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan dari kualitas pelayanan ($b_1 = 0,227$), harga ($b_2 = 0,369$), dan suasana kafe ($b_3 = 0,318$) terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pada masing-masing variabel tersebut secara independen akan berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen.

Tabel 11. Hasil uji t

Model	Coefficients ^a		Beta	t	Sig.
	Unstandardized	Standardized			
	Coefficients	Coefficients			
1 (Constant)	1,325	2,766		0,479	0,633
Kualitas Pelayanan	0,227	0,087	0,228	2,611	0,010
Harga	0,369	0,095	0,345	3,879	0,000
Suasana Café	0,318	0,098	0,284	3,240	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber: Data diolah, 2024)

Hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa nilai p untuk variabel kualitas pelayanan ($p = 0,010$), harga ($p = 0,000$), dan suasana kafe ($p = 0,002$) lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut secara signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tabel 12. Hasil uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	314,867	3	104,956	14,245	0,000 ^b
	Residual	707,323	96	7,368		
	Total	1022,190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, Harga

(Sumber: Data diolah, 2024)

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa model yang digunakan tepat dalam menguji pengaruh variabel bebas terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 13. Hasil koefisien determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,555 ^a	0,308	0,286	2,714

a. Predictors: (Constant), Suasana Cafe, Kualitas Pelayanan, Harga

(Sumber: Data diolah, 2024)

Model regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini mampu menjelaskan 28,6% variasi dalam

tingkat kepuasan konsumen ($\text{Adjusted } R^2 = 0,286$). Meskipun demikian, perlu diakui bahwa faktor-faktor lain seperti lokasi, program diskon, dan gaya hidup konsumen juga dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

5) Hasil dan Pembahasan Penelitian

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Analisis regresi menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen di Cafe J'kopi, Pati ($p < 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan secara langsung berkontribusi pada peningkatan tingkat kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini memberikan bukti empiris yang kuat mengenai pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Café J'kopi, sejalan dengan berbagai studi sebelumnya dalam bidang manajemen jasa. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Moniharapon, Loindong (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Agar dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan, Café J'kopi di Pati dapat mempertimbangkan untuk memberikan pelatihan kepada karyawan terkait penanganan keluhan pelanggan dan peningkatan kecepatan pelayanan. Selain itu, penerapan sistem antrian yang efektif juga dapat membantu meningkatkan persepsi pelanggan terhadap keandalan pelayanan.

2. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen

Koefisien regresi positif pada variabel harga menunjukkan bahwa semakin tinggi harga suatu produk atau jasa, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang dirasakan. Hasil ini, yang didukung oleh nilai signifikansi yang sangat rendah ($p < 0,05$), menyiratkan bahwa konsumen cenderung menilai kualitas produk atau jasa lebih tinggi pada harga yang lebih mahal, hipotesis 2 yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Café J'kopi di Pati terbukti kebenarannya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Heryyanto, dan Rudianto (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, Café J'kopi di Pati sebaiknya menerapkan strategi penetapan harga yang lebih kompetitif. Penetapan harga yang sesuai dengan pasar dan segmentasi konsumen akan membantu kafe mempertahankan daya saingnya. Selain itu, kafe juga perlu mempertimbangkan untuk memberikan penawaran khusus atau promosi yang menarik untuk meningkatkan nilai tambah bagi konsumen.

3. Pengaruh suasana cafe terhadap kepuasan konsumen

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara suasana kafe dan kepuasan konsumen ($p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas suasana kafe secara langsung berkontribusi pada peningkatan tingkat kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil studi Arif dan Ekasari (2020) yang menunjukkan pengaruh signifikan suasana kafe terhadap kepuasan konsumen.

Desain interior yang menarik dan fungsional memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman konsumen yang positif di Café J'kopi di Pati. Dengan meningkatkan kualitas desain eksterior, seperti pintu masuk yang lebih mudah diakses, dan memperkaya elemen visual di dalam

ruangan, Café J'kopi dapat menciptakan suasana yang lebih inviting dan memorable bagi pengunjung. Selain itu, pemilihan pencahayaan dan warna yang tepat dapat mempengaruhi suasana hati dan persepsi konsumen terhadap merek.

KESIMPULAN

Analisis data menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, harga, dan suasana kafe, secara signifikan memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen di Cafe J'Kopi, Pati. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pada setiap variabel tersebut secara mandiri dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

SARAN DAN KETERBATASAN

Penelitian selanjutnya dapat memperkaya temuan dengan mengintegrasikan variabel-variabel tambahan seperti lokasi, gaya hidup, dan strategi promosi. Penambahan dimensi-dimensi ini berpotensi mengungkap pengaruh yang lebih komprehensif terhadap kepuasan konsumen. Salah satu keterbatasan dalam penelitian ini adalah penggunaan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data. Metode ini rentan terhadap bias sosial, di mana responden cenderung memberikan jawaban yang dianggap lebih 'benar' atau 'diharapkan' daripada pendapat mereka yang sebenarnya. Perbedaan individu dalam menginterpretasikan pertanyaan juga dapat mempengaruhi validitas data

DAFTAR PUSTAKA

- Alisman, Salsabilla, R., Zakaria, Fahmi, I., & Sufriadi, D. (2024). Analisis Pengaruh Brand Image, Consumer Behavior dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett (Studi Kasus Pada Pengguna Scarlett). *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 792–800. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2445>
- Arif, Donny dan Ekasari, Ratna . 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen”. *Jurnal Ecopreneur*, VOL 3(2), 139-146.
- Hidayati, U., & Mulyadin. (2023). Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Produktivitas Kerja Pegawai pada Badan Nasional Penanggulangan Bencana Kota Bima. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 1(2), 85–89. <https://doi.org/10.35870/ljit.v1i2.1617>
- Madistriyatno, Harries dan Nurzaman, Fahrizal. 2020. “The Impact of Product Quality and Price on Customer Satisfaction of PD Jamu Seduh Utama”. *International Journal Progressive Science and Technologies*, VOL 23 (2), 639-643
- Marzuki, & Dedi Sufriadi. (2024). Semangat Kerja dalam Menunjang Produktivitas Karyawan (Kajian Literatur). *MISTER: Journal of Multidisciplinary Inquiry in Science, Technology and Educational Research*, 1(1), 06–13. <https://doi.org/10.32672/mister.v1i1.1007>
- Mia Anggreini Br Ginting, & Enjang Suherman. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Patroli Kopi Karawang. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 470-481. <https://doi.org/10.62710/rzdzz245>

- Minarti , Asnia dan Rayhan, Muh . 2021. “Pengaruh Harga dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café D’malaka Watansoppeng”. Jurnal Ilmiah Metansi, VOL 4 (2), 15 – 22.
- Pramudia, Dimas Didik, Jauhari Ahmad dan Saputra, Benny Mahyudi. 2023. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Mp di Desa Brenggolo”. Jurnal Economic Excellere Ibnu Sina, VOL 1(3), 283-293
- Rooroh, Clara, Moniharapon Silcyjeova, dan Loindong Sjendry. 2020. “Pengaruh Suasana Café dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Emba, VOL 8 (4), 130-139.
- Sofyan, Chairudin, Sepang Jantje dan Loindong Sjendry .2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada What’s Up Café Manado”. Jurnal Riset Ekonomi ,VOL 7(3), 4230-4240.
- Utari, Woro, Utama Lutfi Alif, Herryanto Asep dan Rudianto. 2022. “Pengaruh Harga, Kualitas sofyProduk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pasa Mj Enamel”. Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, VOL 18 (2). 173 – 187