

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Joni Kupa Batam

Muhammad Varel Dalifa Evita^{1*} Dian Mulyaningtyas, S. Si., M. T.²
Politeknik Negeri Batam, Batam, Indonesia.

Abstract

This study analyzes the effect of service quality, product quality, and location on customer satisfaction at Café Joni Kupa Batam. The method used is quantitative with a questionnaire survey of 106 respondents, and data analysis was performed using multiple linear regression through the SPSS 30 program. The results show that service quality, product quality, and location have a positive and significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously. The location variable is the most dominant factor with a beta coefficient of 0.837. The Adjusted R² value of 0.654 indicates that the three variables explain 65.4% of the variation in customer satisfaction, while 34.6% is influenced by other factors. This study confirms that improving service quality, consistent product quality, and strategic location play an important role in creating customer satisfaction and increasing the competitiveness of cafes.

Keywords:

Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi, Kepuasan Pelanggan, Cafe.

Pendahuluan

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi menjadi faktor penting yang menentukan kepuasan pelanggan. Café Joni Kupa Batam, sebagai salah satu tempat nongkrong populer di Kota Batam, perlu memahami dan mengelola ketiga aspek tersebut guna mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Seiring meningkatnya preferensi konsumen yang semakin cerdas, pelanggan tidak hanya menilai cita rasa kopi, tetapi juga mempertimbangkan pengalaman menyeluruh yang ditawarkan oleh café, mulai dari kenyamanan tempat hingga interaksi dengan karyawan. Berdasarkan laporan Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO), Industri kafe di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan peningkatan jumlah kafe sekitar 15% setiap tahun sejak 2018 (Lie, 2022). Pertumbuhan tersebut menimbulkan persaingan yang semakin kompetitif sehingga pelaku usaha perlu memastikan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi dikelola secara optimal guna mempertahankan kepuasan pelanggan. Kondisi ini juga dialami oleh Café Joni Kupa Batam, di mana variasi penilaian pada Google Review mencerminkan dinamika kepuasan pelanggan. Variasi tersebut mengindikasikan adanya perubahan preferensi konsumen serta pentingnya peran kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan (Apriyono et al., 2022).

Kajian sebelumnya menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dalam industri café dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan harga (Maulana et al., 2024), sementara kualitas produk dinilai melalui aspek bahan baku, proses pengolahan, serta inovasi menu agar tetap sesuai dengan selera konsumen (Umami et al., 2019). Selain itu, variabel lain seperti lokasi dan citra merek juga diduga berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan, meskipun

pengaruhnya belum sepenuhnya dapat dipastikan (Yuliana & Tuti, 2024). Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu memberikan bukti empiris terkait sejauh mana kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, khususnya pada konteks Café Joni Kupu Batam.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini merumuskan empat pertanyaan utama, diantaranya bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta bagaimana pengaruh simultan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Café Joni Kupu Batam. Rumusan masalah ini disusun untuk memperoleh gambaran yang komprehensif mengenai peran masing-masing variabel dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial dan simultan dari kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan di Café Joni Kupu Batam. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian manajemen pemasaran, khususnya terkait faktor determinan kepuasan pelanggan di industri café. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen Café Joni Kupu Batam dalam meningkatkan kualitas layanan, mutu produk, serta pengelolaan lokasi untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Landasan Teoritis

Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan merupakan aspek penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan karena menjadi indikator utama dalam menjamin terpenuhinya kebutuhan dan harapan konsumen (Kiabeni et al., 2023). Layanan yang berkualitas tercermin dari kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi ekspektasi pelanggan melalui interaksi yang efektif antara manusia dan sistem yang bertujuan memberikan kepuasan (Hikmah et al., 2024). Menurut Zeithaml et al. (2016), kualitas layanan diukur melalui lima indikator, yaitu tangible, yang mencakup bukti fisik seperti fasilitas, kerapian staf, dan kondisi gedung; reliability, yakni kemampuan memberikan layanan secara konsisten dan akurat; responsiveness, berupa kecepatan dan kesediaan staf membantu pelanggan dan menangani keluhan; assurance, yang meliputi pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan staf menumbuhkan rasa aman; serta empathy, yaitu perhatian personal dan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan. Kelima indikator tersebut berperan simultan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima.

Kualitas Produk

Kualitas produk menggambarkan kemampuan suatu produk dalam memenuhi fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, serta kemudahan penggunaan dan perbaikan (Kotler & Keller, 2012 dalam Kapirossi & Prabowo, 2023). Kualitas produk yang berpusat pada konsumen dianggap baik apabila mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan (Tjiptono, 2008 dalam Anggraeni & Soliha, 2020). Selain menjadi faktor utama posisi pasar, kualitas produk juga berperan penting dalam menciptakan kesan positif yang meningkatkan kepuasan konsumen (Kotler & Armstrong, 2018 dalam Widya & Tarigan, 2022). Menurut Shahrudin et al. (2011) dalam Yulinda et al. (2020), kualitas

produk diukur melalui indikator freshness, yaitu tingkat kesegaran makanan; presentation, yang mencerminkan tampilan dan penyajian makanan; taste, yang menggambarkan cita rasa produk; serta innovative food, berupa kemampuan inovasi seperti kombinasi bahan, variasi rasa, maupun pengembangan menu baru. Pemenuhan indikator ini mencerminkan produk yang berkualitas dan berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan..

Lokasi

Lokasi merupakan bagian penting dari bauran pemasaran yang berkaitan dengan alokasi geografis aktivitas ekonomi dan berpengaruh terhadap efektivitas usaha (Tarigan, 2006 dalam Rondonuwu et al., 2016). Pemilihan lokasi yang tepat berperan signifikan dalam mempengaruhi keputusan konsumen karena lokasi yang strategis mempermudah akses, mengurangi pengorbanan waktu, serta meningkatkan peluang kunjungan (Abriansyah, 2020). Lokasi ideal biasanya dekat dengan pusat kegiatan ekonomi seperti perkantoran, perbankan, pertokoan, dan area hiburan. Selain itu, kualitas lokasi juga dipengaruhi oleh tiga bentuk interaksi, yaitu ketika konsumen mendatangi penyedia jasa sehingga lokasi harus mudah dijangkau; ketika penyedia jasa mendatangi konsumen sehingga lokasi tidak terlalu berpengaruh; serta ketika penyedia jasa dan konsumen berinteraksi tanpa tatap muka langsung melalui media seperti telepon atau komputer (Krisdayanto et al., 2018). Ketiga bentuk interaksi tersebut menunjukkan bahwa lokasi tetap menjadi variabel penting dalam menentukan efektivitas suatu usaha.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan muncul dari perbandingan antara persepsi kinerja produk atau layanan dengan ekspektasi yang dimiliki konsumen. Ketika kinerja sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas; namun bila tidak memenuhi ekspektasi maka timbul ketidakpuasan (Ayuningtyas et al., 2023). Faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menurut Butarbutar et al. (2021) meliputi suasana, yaitu kenyamanan interior, kebersihan, tata letak, dekorasi, dan pencahayaan; promosi, yang mencakup efektivitas strategi pemasaran terutama melalui media sosial; harga, yang dinilai memuaskan apabila sesuai dengan kualitas dan kompetitif dibandingkan pesaing; serta produk, yang terkait dengan daya tahan, tampilan penyajian, dan rasa. Pemenuhan indikator-indikator tersebut memberikan pengalaman positif yang mendorong kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kajian Literatur

Kajian literatur menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara konsisten menjadi faktor dominan dalam menentukan kepuasan maupun keputusan pelanggan pada berbagai konteks usaha kuliner dan jasa. Annisa et al. (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan meliputi keramahan staf, kecepatan layanan, dan konsistensi penyajian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Caffe Titik Koma. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ilhamdi (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Café Ruang Singgah, meskipun kualitas produk tidak menunjukkan pengaruh yang sama. Ardana et al. (2023) menegaskan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama memengaruhi loyalitas pelanggan di Café Tins, dibuktikan melalui uji t dan uji F yang menunjukkan pengaruh signifikan. Selanjutnya, Selvia et al. (2024) menambahkan bahwa kombinasi kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian,

memperluas pemahaman bahwa dimensi pengalaman pelanggan bekerja secara simultan. Maulana et al. (2024) turut menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki korelasi positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Café Man'A Garut, menegaskan konsistensi temuan lintas lokasi. Penelitian Abram et al. (2023) memberikan hasil serupa, yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Café Kapal Bitung dengan kontribusi 37,5% terhadap variasi kepuasan. Selain itu, Uzir et al. (2021) menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Café Wareg Bengkulu, menambahkan dimensi lokasi sebagai faktor yang turut diperhitungkan konsumen. Borishade et al. (2021) juga menemukan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Café Kabalu, dengan harga sebagai variabel paling dominan. Sementara itu, Apriyono et al. (2022) memperkuat temuan sebelumnya dengan menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan memengaruhi kepuasan konsumen di Café Kopi Susu Baper. Dalam konteks yang lebih luas, Smetek et al. (2023) menegaskan pentingnya kualitas layanan dalam sektor asuransi melalui metode SERVQUAL dan fuzzy SERVQUAL, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan, serta membuktikan bahwa peningkatan dimensi reliabilitas dan responsivitas berkorelasi dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, seluruh penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling konsisten dan signifikan dalam memengaruhi kepuasan, keputusan, dan loyalitas pelanggan, sementara kualitas produk, harga, suasana, dan lokasi memberikan kontribusi penting sebagai variabel pendukung dalam berbagai konteks usaha.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kajian literatur dan kebutuhan penelitian di Café Joni Kupu Batam, hipotesis penelitian dikembangkan untuk menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan.

1. Kualitas pelayanan diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Café Joni Kupu Batam. Layanan yang cepat, ramah, dan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan menjadi faktor utama yang membentuk pengalaman positif, sehingga semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Kedua, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

2. Produk yang berkualitas tinggi akan lebih mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Ketiga, lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

3. Lokasi yang strategis, mudah diakses, dan berada di area dengan aktivitas tinggi dapat meningkatkan kenyamanan serta peluang kunjungan, sehingga berdampak pada tingginya tingkat kepuasan pelanggan.

4. Keempat, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Ketiga variabel ini membentuk pengalaman konsumen secara menyeluruh, sehingga kombinasi pelayanan yang baik, produk berkualitas, dan lokasi strategis akan menghasilkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan pengaruh masing-masing variabel secara terpisah.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari konsumen Joni Kupa. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disusun untuk mengetahui persepsi konsumen kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan. Kuesioner tersebut disesuaikan dengan tujuan penelitian dan diberikan kepada pengunjung yang sudah memiliki pengalaman langsung dengan cafe, sehingga jawaban yang diperoleh benar-benar menggambarkan perilaku dan preferensi konsumen sebenarnya. Seluruh data yang dikumpulkan merupakan data asli dan diperoleh khusus untuk keperluan penelitian ini, sehingga meningkatkan validitas dan relevansinya. Dengan memanfaatkan umpan balik langsung dari pelanggan, penelitian ini mampu memberikan gambaran yang autentik dan sesuai konteks mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di Joni Kupa.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan kuesioner yang disusun berdasarkan indikator teoritis dari setiap variabel yang diteliti. Metode ini dipilih untuk memperoleh data yang spesifik, terukur, dan mudah dianalisis. Kuesioner diberikan secara langsung kepada pelanggan yang pernah berkunjung ke Cafe Joni Kupa. Pemilihan responden mempertimbangkan faktor demografis seperti jenis kelamin, kelompok usia, dan pengalaman kunjungan sebelumnya agar sampel yang diperoleh beragam dan mewakili konsumen sasaran.

Sebanyak 106 responden berhasil dikumpulkan dan seluruhnya memenuhi kriteria penelitian. Jumlah tersebut dinilai memadai untuk menghasilkan temuan yang reliabel dalam analisis statistik. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS, sehingga memungkinkan dilakukan pengujian secara parsial maupun simultan terhadap pengaruh variabel-variabel yang diteliti. Melalui analisis ini, diperoleh gambaran mengenai bagaimana kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi memengaruhi kepuasan pelanggan di Cafe Joni Kupa.

Tabel 1. Metode Penelitian

Variabel	Indikator	Definisi	Pengukuran
Kualitas Pelayanan (Fisah, 2024)	Keandalan (<i>reliability</i>)	Karyawan cafe Joni Kupa memberikan pelayanan tepat waktu kepada konsumen	Skala Likert 1-5
	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Kecepatan karyawan cafe Joni Kupa dalam penyajian makanan cukup baik	
	Jaminan (<i>assurance</i>)	Karyawan cafe Joni Kupa menyajikan makanan yang higienis	
	Empati (<i>empathy</i>)	Karyawan cafe Joni Kupa menerima pelanggan dengan senyum dan ramah	
	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	Kondisi fasilitas yang tersedia pada Cafe Joni Kupa terjamin nyaman dan bersih	

Variabel	Indikator	Definisi	Pengukuran
Kualitas Produk (Fisah, 2024)	<i>Freshness</i> (Kesegaran)	Cafe Joni Kupa selalu menyajikan makanan yang baru dan segar	Skala Likert 1-5
	<i>Presentation</i> (Tampilan)	Warna makanan yang disajikan di Cafe Joni Kupa menarik	
	<i>Taste</i> (Rasa)	Menu makanan yang tersedia di Cafe Joni Kupa rasanya enak dan lezat	
	<i>Innovative food</i> (Inovasi makanan)	Cafe Joni Kupa mempunyai menu makanan yang sangat bervariasi	
Lokasi Fandy Tjiptono (2006) dalam Muhammad, Fajar Fahrudin dan Emma Yulianti (2015)	Akses	Anda mudah untuk menemukan sarana transportasi menuju Cafe Joni Kupa. Cafe Joni Kupa berada di lokasi yang dekat dengan tempat kerja maupun tempat tinggal anda.	Skala likert 1-5
	Visibilitas	Anda mudah melihat Cafe Joni Kupa dari jarak yang jauh. Cafe Joni Kupa terletak di lokasi yang mudah dilihat dari berbagai sisi.	
	Lalu Lintas (Traffic)	Anda melihat banyak Orang yang berlalu lalang Disekitar cafe Cafe Joni Kupa berada di lalu lintas yang tidak padat / macet.	
	Tempat Parkir	Pada Cafe Joni Kupa terdapat lokasi parkir yang luas. Tempat parkir di Cafe Joni Kupa Memiliki keamanan yang baik.	
	Lingkungan	Disekitar Cafe Joni Kupa terdapat banyak usaha bahan-bahan produksi Cafe Joni Kupa berada di lingkungan yang nyaman bagi pengunjung.	

Variabel	Indikator	Definisi	Pengukuran
Kepuasan pelanggan	Kualitas produk/jasa	a. Pelayanan yang diperoleh di Café Joni Kupa Batam sesuai dengan yang anda harapkan. b. Memberikan keahlian/reliability kepuasan pelayanan terhadap pelanggan yang ingin memesan di Café Joni Kupa Batam. c. Memberikan fasilitas kesediaan tempat parkir pada Café Joni Kupa sudah baik dan luas. d. Memberikan daya cepat tanggap/responsiveness dengan membantu pelanggan yang sedang merasa dalam kesulitan ketika sedang memesan di Café Joni Kupa Batam.	Skala likert 1-5
Sumber : (Fajri & Rosmayani, 2020)	Hubungan emosional	Kepedulian karyawan cafe Joni terhadap konsumen	
	Harga/Tarif	Harga yang ditetapkan di cafe Joni Kupa sesuai dengan kemampuan semua kalangan konsumen.	

Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan survei berupa kuesioner yang berisi pertanyaan serta jawaban dari para responden. Instrumen penelitian menggunakan metode skala Likert's Summated Ratings atau skala Likert. Skala ini berfungsi untuk mengukur sikap, pandangan, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Penilaian dalam skala ini didasarkan pada lima tingkatan. (Sugiyono, 2013). Adapun kategori dan bobot nilai dari masing-masing tingkat skala Likert dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 2. Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Netral (N)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

Waktu dan Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi yang tepat sangat penting karena dapat memengaruhi hasil data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, lokasi yang dipilih adalah Café Joni Kupa Batam, Pusat Kuliner Mega Legenda 2 Blok H2 no 3a. Batam Center, Batam, Kepulauan Riau, Indonesia. Objek dalam penelitian ini merupakan pelanggan atau konsumen Café Joni Kupa Batam yang pernah berkunjung dan merasakan pelayanan di Café Joni Kupa.

Teknik Penentuan Jumlah Sampel

Dalam penelitian ini, sampel dipahami sebagai bagian dari populasi yang mampu merepresentasikan karakteristik keseluruhan, sehingga pemilihannya dilakukan melalui prosedur yang memastikan relevansi data dengan tujuan penelitian. Metode yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel secara sengaja berdasarkan kriteria khusus, di mana responden dipilih karena memiliki karakteristik yang dinilai mampu memberikan informasi sesuai dengan fokus penelitian. Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan Café Joni Kupa Batam yang memberikan penilaian melalui Google Form, dengan jumlah sebanyak 106 pelanggan. Dengan populasi tersebut, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih akurat dan benar-benar menggambarkan pandangan serta pengalaman pelanggan.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel secara sengaja dengan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel yang representatif dari total populasi sebanyak 106 orang, peneliti menggunakan rumus lemeshow. Pada penelitian ini jika tingkat kepercayaan yang diinginkan adalah 90% dan margin error 10%, maka ukuran sampel yang diperlukan adalah sekitar 100 responden. Pengambilan sampel yang representatif ini penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat digeneralisasi ke seluruh populasi pelanggan. Pada penelitian ini jumlah sampel di ambil menggunakan rumus lemeshow, sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times p(1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = 96,04 = 100 \text{ responden}$$

n = 100 responden

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

d² = margin eror yang ditoleransi

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Café Joni Kupa, baik secara langsung maupun secara online melalui Google Form. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan tertulis yang dirancang untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang berkunjung ke Café Joni Kupa, data yang diperoleh diharapkan mampu menggambarkan persepsi pelanggan secara akurat dan relevan dengan tujuan penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini mencakup pengujian instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, dan pengujian hipotesis. Pengujian instrumen dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson, di mana instrumen dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sedangkan reliabilitas diuji dengan Alpha Cronbach, dengan nilai $\geq 0,7$ menunjukkan instrumen reliabel. Setelah instrumen memenuhi syarat, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi kriteria analisis statistik, seperti data residual berdistribusi normal, tidak adanya korelasi antar variabel independen, serta varians residual yang konstan. Analisis kemudian dilanjutkan dengan regresi linear berganda untuk mengetahui besar serta arah pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh parsial masing-masing variabel independen, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan seluruh variabel independen, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Dengan rangkaian analisis ini, penelitian mampu menghasilkan temuan yang valid, reliabel, dan dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data

Data penelitian ini diperoleh melalui kuesioner (angket) yang berisi pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diajukan kepada responden. Data penelitian mencakup variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan Cafe Joni Kupa Batam. Sedangkan pada variabel bebas mencakup kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi. Untuk mendeskripsikan serta menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan sampel sebanyak 106 responden yang merupakan pelanggan Cafe Joni Kupa Batam.

Deskripsi Responden

Responden pada penelitian ini merupakan pelanggan Cafe Joni Kupa Batam yang dipilih sebagai sampel penelitian. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar melalui Google Form, diperoleh sejumlah 106 responden. Karakteristik responden dilihat melalui beberapa aspek, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan dan frekuensi kunjungan. Dari segi jenis kelamin responden didominasi oleh laki laki dengan presentase 70%, sedangkan sisanya perempuan 30%. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 17-25

tahun sebanyak 48%, diikuti oleh kelompok usia 26-45 tahun sebesar 30%. Sementara itu, berdasarkan sisi frekuensi kunjungan sebagian besar responden mengunjungi Cafe Joni Kupa sebanyak 1-3 kali dalam seminggu sebesar 51%. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki latar belakang yang beragam sehingga dapat mewakili pelanggan Cafe Joni Kupa Batam secara lebih objektif.

Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS 30. Uji validitas pada penelitian dilakukan untuk melihat apakah kuesioner yang akan disebarkan terbukti valid. Uji validitas dilakukan dengan melihat nilai r tabel. Suatu variabel dapat dikatakan valid jika nilai r tabel lebih kecil dibandingkan r hitung.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	.907	Valid
	X1.2	.922	
	X1.3	.954	
	X1.4	.940	
	X1.5	.946	
Kualitas Produk (X2)	X2.1	.944	Valid
	X2.2	.968	
	X2.3	.962	
	X2.4	.940	
Lokasi (X3)	X3.1	.950	Valid
	X3.2	.906	
	X3.3	.933	
	X3.4	.903	
	X3.5	.954	
	X3.6	.951	
	X3.7	.912	
	X3.8	.927	
	X3.9	.950	
Kepuasan Pelanggan	Y1.1	.946	Valid
	Y1.2	.958	

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	Keterangan
(Y)	Y1.3	.953	
	Y1.4	.967	
	Y1.5	.961	
	Y1.6	.938	

Berdasarkan tabel 8.3, seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, lokasi, dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,161) pada taraf signifikan 0,01, sehingga seluruh item layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh melalui kuesioner dapat dipercaya dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya. Uji realibilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach'ch Alpha masing-masing variabel. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memperoleh nilai Cronbach'ch Alpha lebih dari 0,7.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel		<i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
Kualitas (X1)	Pelayanan	,970	Reliabel
Kualitas Produk (X2)		,966	Reliabel
Lokasi (X3)		,981	Reliabel
Kepuasan (Y1)	pelanggan	,822	Reliabel

Berdasarkan tabel uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3) dan kepuasan pelanggan (Y) yang tercantum dalam tabel, semua indikator menunjukkan nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,7 menunjukkan bahwa pernyataan mengenai variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), lokasi (X3) dan kepuasan pelanggan (Y) adalah reliabel.

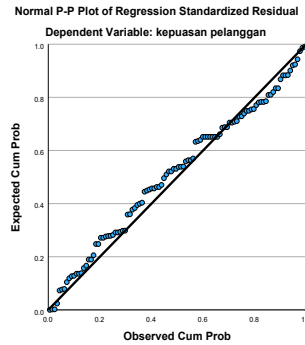
Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan metode One Sample Kolmogorov–Smirnov dengan taraf signifikansi 5%, di mana data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 dan dianggap tidak normal jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05.

Tabel 5. Uji Normalitas

N			106
Test Statistic			.076
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.149
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.135
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.126
		Upper Bound	.144

Berdasarkan hasil tersebut, nilai signifikansi sebesar 0,149 yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Selain itu, hasil Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,135 dengan interval kepercayaan 99% pada rentang 0,126–0,144 juga memperkuat kesimpulan bahwa distribusi data tidak menyimpang secara signifikan dari distribusi normal.



Gambar 1. Grafik Distribusi Normal

Berdasarkan grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual, tampak bahwa titik-titik data berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti pola garis tersebut dengan baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan bahwa tidak terjadi hubungan atau korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Deteksi multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai VIF yang melebihi 10,00 dan Tolerance yang kurang dari 0,10 (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari multikolinearitas atau tidak menunjukkan korelasi antar variabel independen.

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

		Coefficients^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.			
1	(Constant)	5.151	1.693		3.042	.003			
	Kualitas Pelayanan	.417	.102	.346	4.089	<.001	.458		2.183
	Kualitas Produk	-.604	.121	-.445	-4.982	<.001	.411		2.435
	Lokasi	.571	.054	.841	10.648	<.001	.526		1.899

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai Tolerance untuk variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,458, Kualitas Produk sebesar 0,411, dan Lokasi sebesar 0,526, yang seluruhnya lebih besar dari batas minimal 0,10. Selain itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing variabel berada pada rentang 1,899 hingga 2,435 yang masih berada di bawah batas maksimal 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antarvariabel independen dalam model regresi ini. Hal ini berarti setiap variabel bebas memiliki hubungan yang cukup independen dan layak digunakan dalam analisis regresi berganda.

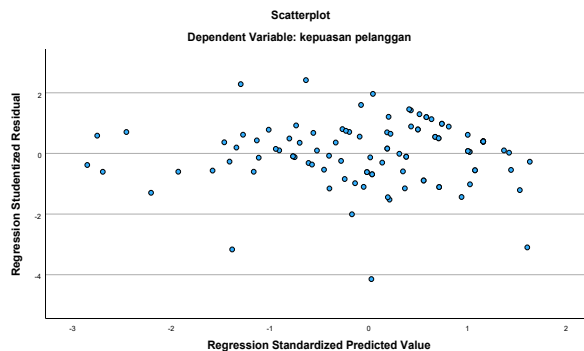
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah varian residual bersifat konstan. Model dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila titik pada scatterplot menyebar acak di sekitar garis nol atau p-value > 0,05 (Ghozali, 2018).

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	.637	1.104		.577
	Pelayanan	.026	.066	.056	.696
	Produk	.066	.077	.130	.393
	Lokasi	-.024	.035	-.091	.502

Nilai signifikansi seluruh variabel $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas dan memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk analisis lanjutan.



Gambar 2. Grafik Scatterplot

Berdasarkan scatterplot, titik data terlihat menyebar secara acak tanpa pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dan model memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Uji Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Yuliara, 2016). Uraian hasil pengujian tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 8. Uji Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.123	1.697		3.019	.003
	X1	.407	.102	.338	4.011	<.001
	x2	.584	.119	.435	4.919	<.001
	x3	.568	.054	.837	10.598	<.001

Berdasarkan hasil regresi, diperoleh persamaan:

$$Y = 5.123 + 0.407X_1 + 0.584X_2 + 0.568X_3$$

Ketiga variabel independen, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sig. < 0,05). Di antara ketiganya, lokasi merupakan faktor paling dominan, diikuti kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pada ketiga aspek tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, dengan dasar keputusan Sig. < 0,05 berarti berpengaruh signifikan (Yuliara, 2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel, yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi, masing-masing memiliki nilai signifikansi < 0,05, sehingga seluruh hipotesis diterima. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 9. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.123	1.697		3.019	.003
X1	.407	.102	.338	4.011	<.001
x2	.584	.119	.435	4.919	<.001
x3	.568	.054	.837	10.598	<.001

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Sig. < 0,05). Faktor dominan adalah lokasi, diikuti kualitas produk dan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Keputusannya didasarkan pada kriteria: Sig. < 0,05 atau F hitung > F tabel berarti terdapat pengaruh signifikan, sedangkan Sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel berarti tidak terdapat pengaruh signifikan (Ghozali, 2018).

Tabel 10. Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	728.275	3	242.758	67.075	<.001 ^b
	Residual	369.159	102	3.619		
	Total	1097.434	105			

Nilai F hitung sebesar 67,075 lebih besar dari F tabel 2,70 dengan signifikansi < 0,001, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dinyatakan layak untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan ketiga variabel tersebut.

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan kemampuan penjelasan yang kuat, sedangkan nilai yang rendah menunjukkan kemampuan yang lemah (Ghozali, 2018).

Tabel 11. Uji Dterminasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.664	.654	1.902

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,654 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi mampu menjelaskan 65,4% variasi kepuasan pelanggan. Hal ini berarti ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga peningkatan pada aspek tersebut dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Pembahasan

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis, kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, ditunjukkan oleh nilai signifikansi < 0,001 dan t hitung 4,011. Temuan ini sejalan dengan penelitian Regina & DS (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan meningkatkan kepuasan konsumen, serta didukung oleh Maulana et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kondisi di lapangan juga mendukung hasil tersebut, di mana Cafe Joni Kupu Batam memberikan pelayanan yang baik

melalui sikap ramah, pelayanan yang sigap, respons cepat terhadap permintaan pelanggan, serta komunikasi yang sopan dan jelas. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik memegang peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan mampu mendorong loyalitas pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang.

Kualitas Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Joni Kupi Batam, dibuktikan dengan nilai t sebesar 4,919 dan signifikansi $< 0,001$, yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang disajikan maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Temuan ini konsisten dengan penelitian Regina & DS (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, mendorong pelanggan untuk berbagi pengalaman positif, serta meningkatkan peluang pembelian ulang. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian Mariansyah & Syarif (2020) yang menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, karena kepuasan baru muncul apabila terdapat kesesuaian antara ekspektasi dan pengalaman nyata. Secara empiris, kondisi di lapangan mendukung hasil penelitian ini, di mana Cafe Joni Kupi Batam konsisten menjaga kualitas cita rasa kopi, kesegaran bahan baku, serta standar penyajian yang seragam sehingga menghasilkan produk yang konsisten dan memuaskan. Dengan demikian, peningkatan kualitas produk menjadi strategi penting bagi cafe dalam mempertahankan pelanggan, meningkatkan loyalitas, dan memperkuat daya saing di tengah persaingan industri kuliner.

Lokasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis, variabel lokasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Joni Kupi Batam, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai t sebesar 10,598 dengan signifikansi $< 0,001$ yang mengindikasikan bahwa semakin strategis, mudah dijangkau, aman, dan nyaman suatu lokasi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Hasil ini konsisten dengan penelitian Wiranata (2020) yang menegaskan bahwa lokasi berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta sesuai dengan teori bauran pemasaran 7P yang menyatakan bahwa lokasi (place) merupakan elemen strategis dalam mempermudah akses konsumen terhadap produk atau jasa. Secara empiris, kondisi lapangan juga mendukung temuan tersebut, di mana Cafe Joni Kupi Batam memiliki lokasi strategis dengan akses yang mudah, lingkungan yang aman, suasana yang nyaman dan estetik, serta fasilitas seperti area parkir dan tata ruang yang tertata baik, sehingga menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung. Dengan demikian, pemilihan dan pengelolaan lokasi yang tepat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan serta memperkuat daya saing di industri kuliner yang kompetitif.

Kualitas pelayanan, Kualitas produk dan Lokasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 67,075 dengan signifikansi $< 0,001$, yang lebih kecil dari 0,05 dan lebih besar dari F tabel (2,70), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan lokasi (X_3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Temuan ini mendukung Majid et al. (2021) yang menyatakan bahwa ketiga variabel

tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan kontribusi sebesar 77,3%, di mana pelayanan yang ramah dan responsif, produk yang berkualitas, serta lokasi yang strategis berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara empiris, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa pelanggan merasa lebih puas ketika mendapatkan pelayanan yang baik, menikmati produk yang sesuai ekspektasi, serta berada pada lokasi yang nyaman dan mudah dijangkau. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan, mutu produk, dan pengelolaan lokasi yang strategis merupakan langkah penting bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kepuasan, memperkuat loyalitas, dan mempertahankan daya saing di tengah persaingan bisnis.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, di mana pelayanan yang ramah dan responsif, produk yang berkualitas serta konsisten, dan lokasi yang strategis serta mudah dijangkau mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara nyata. Secara simultan, ketiga variabel tersebut memberikan kontribusi yang kuat terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Adjusted R Square sebesar 0,654, yang menunjukkan bahwa 65,4% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lokasi, sementara 34,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, promosi, dan citra merek. Dengan demikian, peningkatan kepuasan pelanggan di Café Joni Kupu Batam dapat dicapai melalui optimalisasi kualitas pelayanan, peningkatan mutu produk, serta pengelolaan lokasi yang strategis dan nyaman bagi pelanggan.

Saran

Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, dan citra merek yang juga berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian di masa mendatang dapat memperluas objek penelitian pada sektor usaha yang berbeda guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif (Yuliana & Tuti, 2024).

DAFTAR PUSTAKA

- Abram, T. B. B., Tumbel, T. M., & Mangindaan, J. V. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kapal Bitung. *Journal Of Social Science Research*, 4(1), 1–5. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.9490>
- Apriasty, I., & E. Simbolon, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan: Kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga (literature strategic marketing management). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 135–145. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.21>
- Apriyono, A., Murniati, K., & Riantini, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kopi Susu Baper di Kotas Metro. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 933. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7455>
- Ayuningtyas, E., Santoso, B., & Winahyu, P. (2023). Analisis loyalitas pelanggan berdasarkan diversifikasi produk, harga, dan kepuasan pelanggan (Studi Empiris Loyalitas Pelanggan Pada Mie Apong Sampurna Gebang Jember). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(1), 99. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i1.2644>
- Borishade, T. T., Ogunnaike, O. O., Salau, O., Motilewa, B. D., & Dirisu, J. I. (2021). Assessing the relationship among service quality, student satisfaction and loyalty: The NIGERIAN higher education experience. *Heliyon*, 7(7), e07590. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07590>
- Butarbutar, M., Efendi, E., Simatupang, S., Butarbutar, N., & Sinurat, D. N. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Komsumen Pininta Coffee Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 7(2), 200–207. <https://doi.org/10.37403/mjm.v7i2.395>
- Fajri, A., & Rosmayani. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Kafe Tong Susu di Kota Pekanbaru. *Jurnal Valuta*, 6(2), 107–117.
- Fisah, K. A. (2024). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Cafe Sultan Factory di Kabupaten Demak.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Hikmah, W. R., Wijaya, J. A., Hidayah, A. A., Syaputra, A., & Abdullah, M. (2024). Perspektif kepuasan pelanggan PT. Arrazi Ghirah Medika: peran fundamental kualitas produk dan kualitas pelayanan dalam mewujudkannya. *Jurnal Ekonomi USI*, 6(1), 42–54.
- I Made Dwi Wira Ardana, I Nengah Rata Artana, & Ida Bagus Kurniawan. (2023). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Layanan Akademik Dengan Metode Servqual dan Importance Performance Analysis. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 8(2), 56–65. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v8i2.5319>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kiabeni, A. M., Sapari, L. S. J., & Renouw, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Janji Jiwa Siswa Kampung Baru Kota Sorong. *Journal on Education*, 05(04), 11813–11823.
- Lie, S. (2022). *Pertumbuhan Bisnis Kafe 15-20% Setiap Tahun*. <https://www.kafekolong.com/pertumbuhan-bisnis-kafe-15-20-setiap-tahun>

Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., & Rizki, M. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 17(1), 25. <https://doi.org/10.24014/sitekin.v16i2.9366>

M. Ilhamdi. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Jambi. *Jurnal Prospek: Pendidikan Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 3(2), 22–32. <https://doi.org/10.30872/prospek.v3i2.811>

Magdalena, I., Fitroh, A., Fadhilah, D., Habsah, D., & Qodrawati, R. (2023). Mengelolah Data Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Pendidikan: Instrumen Tes dan Non Tes Peserta Didik Kelas IV SDN Pondok Kacang Barat 03. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Konseling*, 1(2), 49–53.

Majid, A., Fazal, A., Oktavianti, A. E., Ritas, M. A., & Santika, D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal of Economics, Management and Business Research*, 2(1), 214–226.

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, 3(2), 134–146.

Maulana, M. G., Suprimansyah, R., & Jaelani, T. R. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Man'A Garut. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran (JUMPER)*, 2(2). <https://doi.org/10.51771/jumper.v2i2.848>

Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Sibuku Media.

Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). Validitas and Reliabilitas. *Journal on Education*, 6(2), 10967–10975. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4885>

Regina, C., & DS, A. H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pad Du Cafe Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(4), 465–474.

Selva, H., Nur, D., Adytia, P., & Fahmi, M. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Servqual (Service Quality) Pada Pt. Global Express Sejahtera (J & T Express Samarinda). 1–7.

Shuttleworth, M. (2015). *Internal Consistency Reliability—Internal Compability Test*. <https://explorable.com/internal-consistency-reliability>

Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>

Smetek, K., Strzelecka, A., & Zawadzka, D. (2023). Examples of the application of the SERVQUAL and fuzzy SERVQUAL methods for the assessment of the quality of financial services in the field of Insurance coverage—As a factor determining the financial efficiency of entities from the Insurance sector. *Procedia Computer Science*, 225, 4416–4423. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.10.439>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Issue January).

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.

Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v15i2.630>

Uzir, M. U. H., Al Halbusi, H., Thurasamy, R., Thiam Hock, R. L., Aljaberi, M. A., Hasan, N., & Hamid, M. (2021). The effects of service quality, perceived value and trust in home delivery service personnel on customer satisfaction: Evidence from a developing country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 63(April), 102721. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102721>

Wiranata, A. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kafe RS Kopi. *Jurnnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(3), 1–22.

Yuliana, S. T., & Tuti, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economics, Bussiness and Management Issues*, 2(2), 94–106. <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i2.219>

Yuliara, I. M. (2016). Modul Regresi Linear Berganda. In *Modul Regresi Linear Berganda*. https://siak.stiemp.ac.id/_el/upload/9900987415/materi_regresi_linier_berganda.pdf

Zeithaml, V. A., Alan, W., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2016). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. *McGraw*, 64(1), 12–40.