



Analisa Kepuasan dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Pada Pemesanan Makanan Menggunakan Metode Servqual

Ananti Putri Safira^{1,*}, Antonia Desya¹, Chelsy Zanedfi¹, Pebro Vaulina Rajagukguk¹, Malika Shakira¹, Izza Maulida¹, Eva Zuraidah²

¹Fakultas Teknologi Informasi, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Bina Sarana Informatika, DKI Jakarta, Indonesia

²Fakultas Teknologi Informatika, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, DKI Jakarta, Indonesia

Email: ^{1,*}Firaananti2@gmail.com, ²Antoniadesya7@gmail.com, ³Zanedfichelsy@gmail.com, ⁴pebrorajagukguk@gmail.com,

⁵malikashakira2021@gmail.com, ⁶izzamaulida2003@gmail.com, ⁷evazuraidah6635@yahoo.com

Email Penulis Korespondensi: Firaananti2@gmail.com

Abstrak—Sehingga Penurunan jumlah pelanggan tersebut, sehingga kedepannya angka penurunan jumlah pelanggan dapat diminimalkan dan diharapkan jumlah pelanggan akan terus bertambah untuk identifikasi aspek-aspek kualitas layanan yang mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kopi nako, serta sejauh mana gap antara harapan dan pengalaman nyata konsumen dalam mengonsumsi kopi ini. Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan pemahaman industri kopi terkait pemasaran dan pengembangan produk, sambil memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas layanan dalam konteks kopi spesifik ini. Metodologi servqual digunakan sebagai kerangka kerja penelitian untuk mengukur dimensi kualitas layanan, melibatkan survei konsumen dan analisis statistik untuk mengevaluasi persepsi konsumen, diharapkan memberikan wawasan mendalam tentang harapan dan persepsi konsumen terhadap kopi nako, memberikan dasar bagi pemangku kepentingan industri kopi untuk meningkatkan strategi pemasaran dan layanan. Pengaruh kepuasan pelanggan bila dilihat dari kualitas pelayanan yang sudah terpenuhi dan harus dipertahankan, akan tetapi jika dilihat dari kepuasan pelanggan terdapat kesenjangan gap antara harapan dan kenyataan jasa yang diterima dengan nilai kurang dari 1, maka dapat dikatakan masih belum maksimal dalam kepuasan pelanggan. Terdapat pada *reliability*, dan *assurance* nilai gapnya terjadi minus dikarenakan harapan lebih besar dari kenyataan, sedangkan *tangible*, *responsiveness*, *emphaty* penilaian kenyataan lebih besar dari harpannya tidak terjadi minus, maka kualitas produk, dan pelayanan yang di nilai oleh pelanggan sudah baik.

Kata Kunci: Kopi Nako; SERVQUAL; Kualitas; Layanan; GAP

Abstract—So that in the future the decline in the number of customers can be minimized it is hoped that the number of customers will continue to increase to identify aspects of service quality that influence consumer perceptions of Nako coffee, as well as the extent of the gap between consumers' expectations and real experiences in consuming this coffee. The aim of this research is to increase the coffee industry's understanding of marketing and product development while contributing to improving service quality in this specific coffee context. Servqual methodology is used as a research framework to measure dimensions of service quality, involving consumer surveys and statistical analysis to evaluate perceptions consumers are expected to provide in-depth insight into consumers' expectations and perceptions of Nako coffee, providing a basis for coffee industry stakeholders to improve marketing and service strategies. The influence of customer satisfaction when seen from the quality of service that has been met and must be maintained, but if seen from satisfaction There is a gap between customer expectations and the reality of the service received with a value of less than 1, so it can be said that customer satisfaction is still not optimal. There is a gap in reliability and assurance, the value of the gap is minus because expectations are greater than reality, while *tangible*, *responsiveness*, and *emphaty* the reality assessment is greater than expectations, there are no negatives, then the quality of the product and service as assessed by customers is good.

Keywords: Nako Coffee; SERVQUAL; Quality; Service; GAP

1. PENDAHULUAN

Restoran cepat saji yang menerapkan pelayanan yang cepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dengan meneliti lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty*, teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan kuisioner, teknik analisis data menggunakan metode analisis kuantitatif dan *servqual* (*Service Quality*). Analisis kualitas pelayanan dari lima aspek dimensi menunjukkan hasil yang positif atau baik, dengan nilai gap dari masing-masing dimensi, dalam lima dimensi *servqual* berpengaruh dalam kualitas pelayanan, kelima dimensi berpengaruh positif terhadap kualitas pelayanan namun ada beberapa pernyataan yang kurang signifikan dan harus ditingkatkan lagi agar menarik minat bagi para konsumen. Kelima dimensi berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, dari kelima dimensi ini yang memiliki nilai rata-rata terendah adalah *tangible* maka dari itu pihak restoran harus lebih memperhatikan kualitas pelayanan dari segi *tangible*. Melalui analisis ini, diharapkan kita dapat memberikan wawasan berharga bagi penyedia layanan makanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada gilirannya, memperkuat pangsa pasar dan keberlanjutan bisnis mereka. (Saraswati et al., 2023)

Kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pelanggan terhadap Warung Steak On You di Kota Jambi. Tujuan penelitian ini mengetahui dan mengevaluasi tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Warung Steak On You sebagai tempat makan yang banyak digemari masyarakat Kota Jambi khususnya para remaja. Metode yang digunakan adalah Analisis Deskriptif Kualitatif dan metode ServQual, terdiri dari penilaian terhadap beberapa dimensi yaitu: Reliability (Kehandalan), Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Empathy (Empati) dan Tangible (Bukti Fisik), dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil dari penelitian juga mendapatkan hasil bahwa para



konsumen dinilai puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Warung Steak On You. Hal ini dapat menjadi evaluasi tentang efektifitas kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. (Khoiria & Anwar US, 2021)

Untuk meningkatkan daya saing, penilaian dan evaluasi kepuasan pelanggan harus menjadi agenda rutin Hotel Kartika Chandra. Perbaikan kualitas pelayanan Hotel Kartika Chandra dapat dikaji menggunakan metode Service Quality (Servqual) dan Importance Performance Analysis (IPA). Servqual akan menemukan kesenjangan tingkat kualitas layanan yang diberikan dengan yang diterima pelanggan. Metodologi IPA akan menunjukkan skala prioritas perbaikan layanan yang perlu dilakukan oleh pihak penyedia layanan. Berdasarkan metode Servqual dan IPA, atribut layanan utama yang harus diperbaiki oleh manajemen Hotel Kartika Chandra adalah penataan desain interior kamar dan fasilitas kamar, kebersihan kamar dan fasilitas kamar, ketersediaan tempat parkir yang cukup untuk pelanggan, kemampuan karyawan hotel untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan, dan jaminan keamanan kendaraan di tempat parkir. (Khoiria & Anwar US, 2021)

Kualitas pelayanan sebagai keunggulan dalam memenuhi kepuasan pelanggan dan merupakan aspek yang penting dalam pemasaran. Jika layanan yang diterima pelanggan sesuai dan memenuhi kebutuhan, maka kualitas layanan dikategorikan baik dan juga sebaliknya. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen dan juga sebaliknya. Oleh karena itu, penelitian dilakukan bertujuan untuk menganalisa kualitas layanan menggunakan lima dimensi kualitas layanan pada metode SERVQUAL apakah berdampak positif pada kepuasan pelanggan UMKM Geprek Jawa Serang dan mengetahui dimensi kualitas layanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pengumpulan data menggunakan kuesioner online (Google Form) yang disebar kepada 400 pelanggan UMKM Geprek Jawa Serang sebagai sampel penelitian menggunakan teknik Slovin. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan regresi linier berganda. Berdasarkan analisis deskriptif, seluruh variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan pelanggan berada dalam kriteria cukup baik dalam melayani pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan UMKM Geprek Jawa Serang. Dimensi empati paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang ditandai dengan koefisien regresi paling besar yaitu sebesar 0,420 (Aldhawi & Irawan, 2023)

Permasalahannya penurunan jumlah pelanggan tersebut, sehingga kedepannya angka penurunan jumlah pelanggan dapat diminimalkan dan diharapkan jumlah pelanggan akan terus bertambah dan juga diharapkan penelitian ini dapat menghasilkan solusi dan prioritas perbaikan berdasarkan hasil pengukuran kualitas pelayanan, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menentukan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, berdasarkan persepsi konsumen dengan pendekatan metode Servqual, dan mengetahui atribut-atribut yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan. (Mustaniroh et al., 2021)

Kepuasan konsumen merupakan target pada perusahaan, selain pengaruh penting dalam kelangsungan hidup perusahaan, kepuasan kebutuhan pelanggan juga dapat meningkatkan perkembangan perusahaan dalam kompetisi. Pelanggan yang puas pasti akan kembali untuk kebutuhan melakukan transaksi, kepuasan merupakan faktor kunci bagi pelanggan dalam melakukan transaksi kembali dalam porsi terbesar volume penjualan perusahaan. (Tjiptono, 2022).

Pelanggan bukan hanya orang yang mendatangkan keuntungan bagi perusahaan saja, akan tetapi pelanggan juga ialah orang yang memiliki rasa ingin dihormati dan merupakan bagian terpenting dalam perusahaan. Pelanggan merupakan industri lembaga, organisasi ataupun orang yang membeli produk atau jasa Perusahaan secara rutin atau berkesinambungan karena produk atau jasa yang dibelinya merasa sangat bermanfaat. dapat dikatakan juga pelanggan yakni orang-orang yang memberikan perhatian penuh terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh Perusahaan. (Veleriza alvioletta, Muhammad yusril helmi setyawan, 2020)

Keinginan konsumen menentukan kualitas. Setiap individu mempunyai keinginan dan kebutuhan yang berbeda, dan oleh karena itu memiliki standar kualitas yang berbeda, yang pada akhirnya mengarah pada definisi kualitas berdasarkan pengguna: kualitas adalah kelayakan pakai (fitness for intended use), atau cara produk memenuhi fungsinya. (M.Lindsay, 2007)

Orang yang memiliki rasa ingin dihormati dan merupakan bagian terpenting dalam perusahaan pelanggan merupakan industri lembaga, organisasi ataupun orang yang membeli produk atau jasa perusahaan secara rutin atau berkesinambungan karena produk atau jasa yang dibelinya merasa sangat bermanfaat. dapat dikatakan juga pelanggan yakni orang-orang yang memberikan perhatian penuh terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh Perusahaan. (Veleriza alvioletta, Muhammad yusril helmi setyawan, 2020)

Kualitas pelayanan dan fasilitas produk akan member pengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun untuk mencapai tingkat kepuasan tersebut harus didukung dengan harga yang rasional. (hidayat fahrul, 2023)

Servqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (perceived service) dengan layanan sesungguhnya yang diharapkan. (Meliza, 2023)

Metode servqual merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan jasa berdasarkan beberapa konsep terdapat sepuluh dimensi umum. (Azriel c. nurcahyo, 2021)

Café adalah suatu restaurant kecil yang mengutamakan penjualan café, sandwich kopi dan the pilihan makanannya terbatas dan tidak menjual minuman beralkohol. Oleh karena itu, pemahaman tentang café tidak lagi terbatas pada konsep tradisional, melainkan melibatkan elemen-elemen baru yang mengeksplorasi dimensi lebih luas dari pengalaman kafe modern. (Yusuf Sukman, 2017)

Kualitas lainnya didasarkan pada asumsi bahwa keinginan konsumen menentukan kualitas. Setiap individu mempunyai keinginan dan kebutuhan yang berbeda, dan oleh karena itu memiliki standar kualitas yang berbeda, yang



pada akhirnya mengarah pada definisi kualitas berdasarkan pengguna: kualitas adalah kelayakan pakai (fitness for intended use), atau cara produk memenuhi fungsinya. (M.Lindsay, 2007)

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang timbul dari seseorang karena membandingkan kinerja yang dipersiapkan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal atau tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan menjadi tidak puas dan apabila kinerja sesuai ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan merasa sangat senang dan puas. (Sholeh & Jufriyanto, 2022)

Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hygge Social Café serta atribut apa saja yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak Hygge Social Café dengan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan metode Servqual. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pada Hygge Social Cafe. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Sampel yang diteliti sebanyak 30 responden. Pengumpulan data memakai kuesioner. Teknik analisis data menggunakan GAP Service dan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan metode servqual. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa Gap Service memiliki rata-rata sebesar -0,02 dengan rata-rata nilai kualitas layanan (Q) sebesar 0,995, menunjukkan bahwa kualitas layanan belum memenuhi harapan konsumen dengan baik, berdasarkan metode Importance Performance Analysis (IPA) berdasarkan tingkat kepuasan dan tingkat harapan terdapat diperoleh data pada kuadran A dengan 4 atribut, kuadran B dengan 6 atribut, kuadran C dengan 7 atribut dan kuadran D dengan 6 atribut. Dari empat kuadran yang ada pihak Hygge Social Café disarankan dapat memperhatikan kuadran A dengan 4 atribut yang ada (Putu Steven Eka Putra et al., 2023)

Kualitas pelayanan dan fasilitas produk akan member pengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun untuk mencapai tingkat kepuasan tersebut harus didukung dengan harga yang rasional. (Hidayat fahrul, 2023)

Konsep kualitas pelayanan merupakan cara untuk mengukur aktivitas pelayanan suatu organisasi melalui kinerja petugasnya terhadap konsumen sebagai pengguna jasa. Di dalam hal ini yang perlu dipahami adalah bahwa pelayanan berupa suatu aktivitas yang dijalankan untuk memberi manfaat bagi konsumen sebagaimana yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perseorangan. Spesifikasi pelayanan dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan yang muncul dari adanya harapan pelanggan yang tergambar dari umpan balik yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pelanggan. Dua faktor ini berkaitan dengan pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima, dimana kedua faktor tersebut sering memunculkan kesenjangan atau gap. (Suryono, 2020)

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan yang menggunakan suatu produk. Kualitas pelayanan yang baik dari suatu usaha kuliner dapat menumbuhkan hubungan yang erat dan menciptakan loyalitas pelanggan dalam hubungan jangka panjang. Loyalitas konsumen tumbuh berdasarkan pengalaman menyenangkan yang didapat oleh pelanggan saat mendapatkan pelayanan dari suatu usaha kuliner, mempengaruhi kebutuhan dalam memenuhi biaya operasional seperti penyewaan tempat, upah karyawan dan modal bahan baku. Untuk itu dibutuhkan suatu metode yang dapat digunakan untuk melihat unsur apa yang mungkin menjadi penyebab penurunan penjualan yang terjadi. Pada penelitian ini akan diterapkan penggunaan metode Service Quality (SERVQUAL) untuk menganalisis permasalahan yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dari atribut masing-masing dimensi, sehingga akan diperoleh nilai gap (kesenjangan) yang merupakan selisih antara persepsi konsumen terhadap layanan yang telah diterima dengan harapan terhadap yang akan diterima untuk menganalisis 5 elemen pelayanan yang mungkin perlu ditingkatkan diantaranya adalah Reliability (Keandalan), Assurance (Jaminan), Tangible (Nyata), Empathy (Empati) dan Responsiveness (Daya Tanggap) (Duha et al., 2023)

Konsumen berharap mendapat suatu pelayanan yang sesuai dengan pengeluarannya bahkan jika bisa melebihi yang mereka harapkan maka dari itu kualitas pelayanan pada suatu usaha harus benar-benar diperhatikan dan lebih ditingkatkan lagi. Sehingga dapat membuat pelanggan merasa senang terhadap pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa (Made et al., 2022)

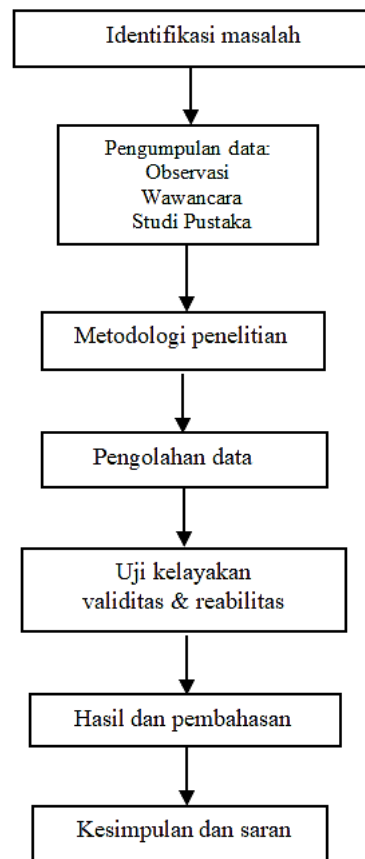
Importance-Performance Analysis (IPA) yang bisa digunakan untuk menganalisis kinerja sebuah organisasi dengan mengukur kinerja yang dirasa penting oleh pelanggan dan kinerja yang diterima oleh pelanggan atau kinerja yang diberikan oleh website. Importance Performance Analysis merupakan suatu teknik atau model multi-atribut. Yang artinya teknik ini mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan penawaran pasar dengan menggunakan dua kriteria yaitu kepentingan dan kepuasan konsumen. (Prihatiningrum & Zuraidah, 2022)

Importance Performance Analysis (IPA) mempunyai kegunaan utama dalam menampilkan data tentang sebuah faktor pelayanan di mana berdasarkan pendapat pelanggan sangat berpengaruh terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan, serta menurut pelanggan aspek pelayanan harus ditingkatkan dikarenakan masih adanya kondisi yang belum memuaskan pada saat ini Importance Performance Analysis bertujuan untuk mengukur suatu hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa yang dikenal pula sebagai quadrants analysis. IPA memiliki fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. (Nizar & Adriansyah, 2022)

Perusahaan yang bergerak di bidang bisnis kuliner khususnya rumah makan harus memiliki pengetahuan mengenai apa saja yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian (Nurkhalik, 2020).

2. METODE PENELITIAN

2.1 Tahapan Penelitian



Gambar 1. Tahapan Penelitian

- a. Identifikasi masalah, Adapun identifikasi masalah yang jadi pokok penelitian ini adalah :
 1. Cafe harus bisa Untuk mencari kepuasan pelanggan di Cafe
 2. Cafe bisa mempertahankan kualitas pelayanan terhadap pelanggan di Cafe
 3. Cafec harus melaksanakan dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, empaty assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- b. Pengumpulan data Observasi dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung ke obyek penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan secara actual di café Kopi Nako, wawancara dilakukan dengan karyawan, dan konsumen untuk mengetahui permasalahannya, studi pustaka dilakukan bertujuan agar mendapatkan buku referensi, menguasai konsep-konsep dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, dengan cara membaca dan mempelajari referensi-referensi yang telah ada seperti literatur, laporan ilmiah dan tulisan-tulisan ilmiah yang nantinya dapat digunakan sebagai landasan teori
- c. Metodologi penelitian
Metodologi penelitian memiliki rancangan penelitian tertentu, rancangan ini menggambarkan langkah-langkah yang harus di tempuh, waktu penelitian, sumber data dan kondisi arti data dikumpulkan dan dengan cara bagaimana data itu diolah.
- d. Pengolahan data
Pengolahan data menggunakan metode *service quality (servqual)*. Variabel penelitian diperoleh berdasarkan pelayanan yang diberikan oleh pihak , yang kemudian dikelompokkan berdasarkan lima dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.
- e. Uji Validitas & Reabilitas
Tahapan penelitian ini merupakan uji dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan untuk memastikan apakah kuesioner yang akan dipakai untuk mengukur variabel penelitian valid atau tidak valid dengan pengukuran skala likert dan penggunaan
 1. Uji validitas, Uji validitas merupakan instrument yang menggunakan Teknik korelasi product moment. Uji validitas dilakukan guna mengetahui sejauh mana kuesioner dapat mengukur, apa yang seharusnya diukur Uji validitas menunjukkan bahwa seluruh butir instrumen yang digunakan adalah valid.



$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{(N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2)(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}} \tag{1}$$

- Uji Reliabilitas, Uji Reliabilitas menggunakan teknik Cronbach-Alpha. Reliabilitas merupakan serangkaian pengukuran maupun serangkaian alat ukur mempunyai konsistensi bila pengukuran dilakukan menggunakan alat ukur tersebut dilakukan secara berulang.

$$r_{11} = \left[\frac{n}{n-1} \right] \left[1 - \frac{s_e^2}{s_x^2} \right] \tag{2}$$

f. Hasil dan pembahasan

Dalam penelitian yang dilakukan pada Kopi Nako untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan ini dengan metode *servqual* yakni terhadap lima dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy*. Dan pengukuran metode *servqual* persepsi dan harapan pelanggan sehingga dalam hal ini dapat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

3.1.1 Jenis kelamin Responden

Identitas dari responden yang telah mengisi kuesioner yaitu 51 identitas untuk mengetahui jenis kelamin dari responden. Penjelasan jenis kelamin responden dapat dilihat berikut ini :

Tabel 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Responden	Presentase(%)
Perempuan	21	41%
Laki – laki	30	59%
Total	51	100%

Pada Tabel 1 responden berdasarkan jenis kelamin :

- Jenis Kelamin Perempuan dengan responden 21 orang dengan nilai presentase 41 %
- Jenis Kelamin Laki-laki dengan responden 30 orang dengan nilai presentase 59 %

3.1.2 Usia Responden Frekuensi

Pada usia responden dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 2. Karakteristik Usia Respon

Usia responden	Jumlah responden	Presentasi
19-25	41	80%
26-35	3	5%
36-45	7	13%
Total	51	100%

Pada Tabel 2 Karakteristik usia responden berdasarkan jenis kelamin :

- Jenis usia responden 19-25 dengan responden 41 orang dengan nilai presentase 80 %
- Jenis usia responden 26-35 dengan responden 3 orang dengan nilai presentase 5 %
- Jenis Usia responden 36-45 dengan responden 7 orang dengan nilai presentasi 13 %

3.2 Metode Analisis Data

3.2.1 Uji Validitas

Proses dalam memastikan apakah data yang akan dipakai untuk mengukur variable penelitian valid atau tidak merupakan proses dari Uji Validitas. Pengujian tersebut perlu dilakukan pada hasil dari kuesioner sebelum pengolahan selanjutnya

Tabel 3. Uji Validitas Kuesioner Harapan Pelanggan

Dimensi	Pertanyaan	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Status
Realibility	P1	Seberapa puas anda dengan kualitas kopi yang disajikan dikafe ini ?	0.770	0.2284	Valid
	P2	Sejauh mana anda merasakan pelayanan pelanggan kami ramah dan responsive?	0.621	0.2284	Valid
	P3	Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas makanan	0.699	0.2284	Valid



Dimensi	Pertanyaan	Pertanyaan	R hitung	R tabel	Status
Responnsiveness		yang kami sajikan dikafe?			
	P4	Sejauh mana anda merasa kafe kami memiliki suasana yang nyaman?	0.800	0.2284	Valid
	P5	Seberapa baik kesan anda terhadap interiordan dekorasi kafe kami ?	0.628	0.2284	Valid
	P6	Apakah anda merasa harga yang kami tawarkan sebanding dengan kualitas pelayanan dan produk ?	0.732	0.2284	Valid
	P7	Seberapa sering anda mengunjungi kafe kami ?	0.804	0.2284	Valid
	P8	Apakah anda merasa menu kami cukup beragam ?	0.838	0.2284	Valid
	P9	Sejauh mana anda merasakan pelayanan pelanggan kami ramah dan responsive?	0.710	0.2284	Valid
	P10	Sejauh mana anda puas dengan waktu tunggu untuk mendapatkan pesanan anda?	0.541	0.2284	Valid
	P11	Apakah anda merasa staff kami kompeten dalam menjawab pertanyaan dassn memberikan rekomendasi ?	0.751	0.2284	Valid
	P12	Sejauh mana anda merasa kami mendengarkan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan pelayanan?	0.840	0.2284	Valid
Assurance	P13	Apakah anda merasa kafe kami memberikan suasana yang cocok untuk bekerja atau bersosialisasi?	0.742	0.2284	Valid
	P14	Bagaimana penilaian anda terhadap kecepatan layanan saat kafe kami sedang ramai?	0.534	0.2284	Valid
	P15	Apakah anda merasa staff kami kompeten dalam menjawab pertanyaan dassn memberikan rekomendasi ?	0.689	0.2284	Valid
Emphaty	P16	Apakah anda merasa harga yang kami tawarkan sebanding dengan kualitas pelayanan dan produk ?	0.775	0.2284	Valid
	P17	Seberapa baik anda merasa kami mengkomodasikan kebutuhan khusus seperti diet tertentu atau elergi makanan?	0.688	0.2284	Valid
Tangibles	P18	Seberapa mudah anda menemukan tempat parkir disekitar kafe kami ?	0.699	0.2284	Valid
	P19	Bagaimana penilaian anda terhadap kebijakan kami tentang penngunaan wifi?	0.703	0.2284	Valid
	P20	Bagaimana penilaian anda terhadap kecepatan layanan saat kafe kami sedang ramai?	0.783	0.2284	Valid

- Penjelasan dari table 3 dengan jenis Dimensi Realibility memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - P1 memiliki R hitung sebesar 0.770, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P2 memiliki R hitung sebesar 0.621, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P3 memiliki R hitung sebesar 0.699, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P4 memiliki R hitung sebesar 0.800, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P5 memiliki R hitung sebesar 0.628, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P6 memiliki R hitung sebesar 0.732, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P7 memiliki R hitung sebesar 0.804, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
- Penjelasan dari table 3 dengan jenis Dimensi Responnsiveness memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - P8 memiliki R hitung sebesar 0.838, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P9 memiliki R hitung sebesar 0.710, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P10 memiliki R hitung sebesar 0.541, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
- Penjelasan dari table 3 dengan jenis Dimensi Assurance memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - P11 memiliki R hitung sebesar 0.751, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P12 memiliki R hitung sebesar 0.840, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P13 memiliki R hitung sebesar 0.742, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P14 memiliki R hitung sebesar 0.534, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
- Penjelasan dari table 3 dengan jenis Dimensi Emphaty memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - P15 memiliki R hitung sebesar 0.689, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P16 memiliki R hitung sebesar 0.775, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P17 memiliki R hitung sebesar 0.688, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
- Penjelasan dari table 3 dengan n jenis Dimensi Tangibles memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - P18 memiliki R hitung sebesar 0.699, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P19 memiliki R hitung sebesar 0.703, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - P20 memiliki R hitung sebesar 0.783, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid

Tabel 4. Uji Validitas Kuesioner Persepsi Pelanggan

Dimensi	Pertanyaan	Butir	R hitung	R tabel	Status
Realibility	P1	Seberapa puas anda dengan kualitas kopi yang disajikan dikafe ini ?	0.817	0.2284	Valid
	P2	Sejauh mana anda merasakan pelayanan pelanggan kami ramah dan responsive?	0.843	0.2284	Valid
	P3	Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas makanan yang kami sajikan dikafe?	0.776	0.2284	Valid
	P4	Sejauh mana anda merasa kafe kami memiliki suasana yang nyaman?	0.760	0.2284	Valid
	P5	Seberapa baik kesan anda terhadap interiordan dekorasi kafe kami ?	0.756	0.2284	Valid
	P6	Apakah anda merasa harga yang kami tawarkan sebanding dengan kualitas pelayanan dan produk ?	0.778	0.2284	Valid
	P7	Seberapa sering anda mengunjungi kafe kami ?	0.775	0.2284	Valid
Responnsiveness	P8	Apakah anda merasa menu kami cukup beragam ?	0.876	0.2284	Valid
	P9	Sejauh mana anda merasakan pelayanan pelanggan kami ramah dan responsive?	0.823	0.2284	Valid
	P10	Sejauh mana anda puas dengan waktu tunggu untuk mendapatkan pesanan anda?	0.776	0.2284	Valid
Assurance	P11	Apakah anda merasa staff kami kompeten dalam menjawab pertanyaan dassn memberikan rekomendasi ?	0.803	0.2284	Valid
	P12	Sejauh mana anda merasa kami mendengarkan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan pelayanan?	0.792	0.2284	Valid
	P13	Apakah anda merasa kafe kami memberikan suasana yang cocok untuk bekerja atau bersosialisasi?	0.803	0.2284	Valid
	P14	Bagaimana penilaian anda terhadap kecepatan layanan saat kafe kami sedang ramai?	0.828	0.2284	Valid
Emphaty	P15	Apakah anda merasa staff kami kompeten dalam menjawab pertanyaan dassn memberikan rekomendasi ?	0.835	0.2284	Valid
	P16	Apakah anda merasa harga yang kami tawarkan sebanding dengan kualitas pelayanan dan produk ?	0.839	0.2284	Valid
	P17	Seberapa baik anda merasa kami mengkomodasikan kebutuhan khusus seperti diet tertentu atau elergi makanan?	0.857	0.2284	Valid
Tangibles	P18	Seberapa mudah anda menemukan tempat parkir disekitar kafe kami ?	0.900	0.2284	Valid
	P19	Bagaimana penilaian anda terhadap kebijakan kami tentang penngunaan wifi?	0.734	0.2284	Valid
	P20	Bagaimana penilaian anda terhadap kecepatan layanan saat kafe kami sedang ramai?	0.826	0.2284	Valid

Pada Tabel 4 Uji validitas kuisisioner persepsi pelanggan :

1. Dengan jenis Dimensi Realibility memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - a. P1 memiliki R hitung sebesar 0.817, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - b. P2 memiliki R hitung sebesar 0.843, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - c. P3 memiliki R hitung sebesar 0.776, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - d. P4 memiliki R hitung sebesar 0.760, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - e. P5 memiliki R hitung sebesar 0.756, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - f. P6 memiliki R hitung sebesar 0.778, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - g. P7 memiliki R hitung sebesar 0.775, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
2. Dengan jenis Dimensi Responnsiveness memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - a. P8 memiliki R hitung sebesar 0.876, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - b. P9 memiliki R hitung sebesar 0.823, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - a. P10 memiliki R hitung sebesar 0.776, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
3. Dengan jenis Dimensi Assurance memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - a. P11 memiliki R hitung sebesar 0.803, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - b. P12 memiliki R hitung sebesar 0.792, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - c. P13 memiliki R hitung sebesar 0.803, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - d. P14 memiliki R hitung sebesar 0.534, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid



4. Dengan jenis Dimensi Emphaty memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - a. P15 memiliki R hitung sebesar 0.835, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - b. P16 memiliki R hitung sebesar 0.839, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - c. P17 memiliki R hitung sebesar 0.857, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
5. Dengan jenis Dimensi Tangibles memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - a. P18 memiliki R hitung sebesar 0.900, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - b. P19 memiliki R hitung sebesar 0.734, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid
 - c. P20 memiliki R hitung sebesar 0.826, R tabel sebesar 0.2284, dan mempunyai status yang valid

Tabel 5. Nilai Servqual Score

Dimensi	Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	Gap (Servqual Score)	
<i>Tangible</i>	P1	Seberapa puas anda dengan kualitas kopi yang disajikan dikafe ini ?	1.87	1.85	0.03
	P2	Sejauh mana anda merasakan pelayanan pelanggan kami ramah dan responsive?	1.86	1.75	0.11
	P3	Bagaimana penilaian anda terhadap kualitas makanan yang kami sajikan dikafe?	1.89	1.90	-0.01
	P4	Sejauh mana anda merasa kafe kami memiliki suasana yang nyaman?	1.85	1.79	0.05
	P5	Seberapa baik kesan anda terhadap interiordan dekorasi kafe kami ?	1.85	1.85	-0.13
	P6	Apakah anda merasa harga yang kami tawarkan sebanding dengan kualitas pelayanan dan produk ?	1.88	1.78	0.10
	P7	Seberapa sering anda mengunjungi kafe kami ?	1.65	1.85	-0.20
<i>Reliability</i>	P8	Apakah anda merasa menu kami cukup beragam ?	1.85	1.90	-0.05
	P9	Sejauh mana anda merasakan pelayanan pelanggan kami ramah dan responsive?	1.87	1.79	0.08
<i>Responsiviness</i>	P10	Sejauh mana anda puas dengan waktu tunggu untuk mendapatkan pesanan anda?	1.82	1.86	-0.05
	P11	Apakah anda merasa staff kami kompeten dalam menjawab pertanyaan dassn memberikan rekomendasi ?	1.94	1.90	0.04
	P12	Sejauh mana anda merasa kami mendengarkan umpan balik pelanggan untuk meningkatkan pelayanan?	1.90	1.86	0.04
	P13	Apakah anda merasa kafe kami memberikan suasana yang cocok untuk bekerja atau bersosialisasi?	1.85	1.89	-0.04
	P14	Bagaimana penilaian anda terhadap kecepatan layanan saat kafe kami sedang ramai?	1.87	1.85	0.03
	P15	Apakah anda merasa staff kami kompeten dalam menjawab pertanyaan dassn memberikan rekomendasi ?	1.81	1.79	0.02
	P16	Apakah anda merasa harga yang kami tawarkan sebanding dengan kualitas pelayanan dan produk ?	1.81	1.85	-0.04
<i>Assurance</i>	P17	Seberapa baik anda merasa kami mengkomodasikan kebutuhan khusus seperti diet tertentu atau elergi makanan?	1.78	1.89	-0.11
	P18	Seberapa mudah anda menemukan tempat parkir disekitar kafe kami ?	1.79	1.87	-0.08
<i>Emphaty</i>	P19	Bagaimana penilaian anda terhadap kebijakan kami tentang penngunaan wifi?	1.87	1.85	0.02
	P20	Bagaimana penilaian anda terhadap	1.90	1.86	0.04

Dimensi	Pernyataan	Skor Kenyataan	Skor Harapan	Gap (Servqual Score)
	kecepatan layanan saat kafe kami sedang ramai?			
	Rata-rata	1.68	1.68	0.00
		Gap Minimum		-0.20
		Gap Maksimum		0.109090909

Keterangan : P itu pertanyaan

Pada tabel 5 nilai servqual score dengan penjelasan dibawah ini:

- Dengan jenis Dimensi *tangible* memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - P1 memiliki skor kenyataan sebesar 1.87 skor harapan sebesar 1.85 dan gap (servqual) score 0.03
 - P2 memiliki skor kenyataan sebesar 1.86 skor harapan sebesar 1.75 dan gap (servqual) score 0.11
 - P3 memiliki skor kenyataan sebesar 1.89 skor harapan sebesar 1.90 dan gap (servqual) score -0.01
 - P4 memiliki skor kenyataan sebesar 1.85 skor harapan sebesar 1.79 dan gap (servqual) score 0.05
 - P5 memiliki skor kenyataan sebesar 1.85 skor harapan sebesar 1.85 dan gap (servqual) score -0.013
 - P6 memiliki skor kenyataan sebesar 1.88 skor harapan sebesar 1.78 dan gap (servqual) score 0.10
 - P7 memiliki skor kenyataan sebesar 1.65 skor harapan sebesar 1.85 dan gap (servqual) score -0.20
 - Dengan jenis Dimensi *Realibility* memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - P8 memiliki skor kenyataan sebesar 1.85 skor harapan sebesar 1.90 dan gap (servqual) score -0.05
 - P9 memiliki skor kenyataan sebesar 1.87 skor harapan sebesar 1.79 dan gap (servqual) score 0.08
 - P10 memiliki skor kenyataan sebesar 1.82 skor harapan sebesar 1.86 dan gap (servqual) score -0.05
 - P11 memiliki skor kenyataan sebesar 1.94 skor harapan sebesar 1.90 dan gap (servqual) score 0.04
 - P12 memiliki skor kenyataan sebesar 1.90 skor harapan sebesar 1.86 dan gap (servqual) score 0.04
 - Dengan jenis Dimensi *Responnsiveness* memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - P13 memiliki skor kenyataan sebesar 1.85 skor harapan sebesar 1.89 dan gap (servqual) score -0.04
 - P14 memiliki skor kenyataan sebesar 1.87 skor harapan sebesar 1.85 dan gap (servqual) score 0.03
 - P15 memiliki skor kenyataan sebesar 1.81 skor harapan sebesar 1.79 dan gap (servqual) score 0.02
 - P16 memiliki skor kenyataan sebesar 1.81 skor harapan sebesar 1.85 dan gap (servqual) score -0.04
 - Dengan jenis Dimensi *Assurance* memiliki variable pertanyaan sebagai berikut:
 - P17 memiliki skor kenyataan sebesar 1.78 skor harapan sebesar 1.89 dan gap (servqual) score -0.11
 - P18 memiliki skor kenyataan sebesar 1.79 skor harapan sebesar 1.87 dan gap (servqual) score -0.08
 - P19 memiliki skor kenyataan sebesar 1.87 skor harapan sebesar 1.85 dan gap (servqual) score 0.02
 - Dengan jenis Dimensi *Emphaty* memiliki variable pertanyaan sebagai berikut :
 - P20 memiliki skor kenyataan sebesar 1.90 skor harapan sebesar 1.86 dan gap (servqual) score 0.04
- Rata-rata hasil dari gap minimum diatas -0.20 dan hasil dari gap maximumnya 0.109090909

Table 6. Hasil Gap Lima Dimensi

Dimensi	Kenyataan	Harapan	GAP
Tangible	1.86	1.83	0.03
Reliability	1.82	1.84	-0.02
Responsiviness	1.89	1.88	0.02
Assurance	1.80	1.85	-0.05
Emphaty	0.94	0.93	0.01

Pada table 6 Hasil Gap Lima Dimensi yaitu :

- Pada dimensi *Tangible* dengan nilai kenyataan 1.86, dan nilai harapan 1.83 dimana menghasilkan gap 0.03
- Pada dimensi *Reliability* dengan nilai kenyataan 1.82, dan nilai harapan 1.84 dimana menghasilkan gap (-0.02)
- Pada dimensi *Responsiviness* dengan nilai kenyataan 1.89, dan nilai harapan 1.88 dimana menghasilkan gap 0.02
- Pada dimensi *Assurance* dengan nilai kenyataan 1.80, dan nilai harapan 1.85 dimana menghasilkan gap (-0.05)
- Pada dimensi *Emphaty* dengan nilai kenyataan 0.94, dan nilai harapan 0.93 dimana menghasilkan gap 0.01

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa analisa kepuasan pelanggan dilakukan dengan 5 dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Dan pada permasalahan pengantaran makanan yang tepat waktu ,yakni kualitas pelayanan masih dikatakan rendah dan harus lebih di tingkatkan. Pengaruh kepuasan pelanggan bila dilihat dari kualitas pelayanan yang sudah terpenuhi dan harus di pertahankan, akan tetapi jika dilihat dari kepuasan pelanggan terdapat kesenjangan gap antara harapan dan kenyataan jasa yang diterima dengan nilai kurang dari 1, maka dapat dikatakan masih belum maksimal dalam kepuasan pelanggan. Terdapat pada *reliability*, dan *assurance* nilai gapnya terjadi minus dikarenakan harapan lebih besar dari



kenyataan ,sedangkan *tangible, responsiveness, empathy* penilaian kenyataan lebih besar dari harpanya tidak terjadi minus,, maka kualitas produk , dan pelayanan yang di nilai oleh pelanggan sudah baik

REFERENCES

- Aldhawi, N. R., & Irawan, H. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Geprek Jawara Serang Analysis Of Service Quality On Customer Satisfaction At MSME Geprek Jawara Serang. *Agustus*, 10(4), 1956–1963.
- Azriel c. nurcahyo, M. ko. (2021). KONFIGURASI &ANALISIS JARINGAN BERBASIS MIKROTIK. In dimas rahman zikrian S.sso (Ed.), *Industry and Higher Education* (Vol. 3, Issue 1). <http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dSPACE.uc.ac.id/handle/123456789/1288>
- Duha, A. R., Gea, A., Rumapea, Y., & Larosa, F. G. N. (2023). Penerapan Metode Service Quality (Servqual) Untuk Peningkatan Pelayanan Pada Nasi Yulia Cabang Kapten Muslim. 3(1), 20–29.
- hidayat fahrul, D. (2023). RELEVANSI ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS PRODUK DENGAN TARIF (BIAYA TOL)SEBAGAI ALTERNATIF PENDUKUNG UNTUK KEPUASAN PENGGUNA JALAN TOL Pengarang (fichkri alfisyahri ahmad fadil , ester hervina sihombing (ed.)).
- Khoiria, S. N., & Anwar US, K. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Di Warung Steak On You Kota Baru Jambi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 1(3), 216–227. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i3.41>
- M.Lindsay, J. R. E. W. (2007). *An Introduction to Six Sigma & Process Improvement (Pengantar Six Sigma)* Editor : Nina Setyaningsih Pengarang : James R . Evans / William M . Lindsay Penerjemah : Afia R . Fitriati ISBN : 978-979-691-435-7 Penerbit : Salemba Empat (Penerbit luar South (N. Setyaningsih (ed.)).
- Made, I., Mulia, R., Putra, K., Luh, N., Wulandani, K. L., Pariwisata, P., Negeri Bali, P., Perhotelan, M., & Bali, I. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Restoran Mie Kober Jimbaran Analysis of Consumer Satisfaction on Service Quality for Mie Kober Jimbaran Restaurant. 5, 7–16.
- Meliza, fahmi sulaiman / juli. (2023). QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT(QFD)perspektif umkm dan institusi pendidikan Editor (M. hidaya. / Miskadi (ed.)).
- Mustaniroh, S. A., Lestari, E. R., & Sari, E. N. (2021). Penilaian Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Servqual. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 11(3), 2013–2015.
- Nizar, M. R., & Adriansyah, G. (2022). ANALISIS PENGUKURAN TINGKAT KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL DAN IPA (Outlet Bebicare Desa Wiyung). *JISO: Journal of Industrial and Systems Optimization*, 5(2), 122. <https://doi.org/10.51804/jiso.v5i2.122-129>
- Nurkhalik, M. F. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Minat Beli Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 2(2), 57–64. <https://doi.org/10.37577/ekonomi.v2i2.266>
- Prihatiningrum, A. A., & Zuraidah, E. (2022). Analisa Kualitas Layanan Aplikasi Mobile Banking pada Nasabah Bjb Cabang Tangerang Menggunakan Metode Servqual. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 367–373. <https://doi.org/https://doi.org/10.47065/josh.v3i4.1653>
- Putu Steven Eka Putra, Eko Sulisty, & IWK.Teja Sukmana. (2023). Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis (Ipa) Dalam Mengukur Kepuasan Konsumen Terhadap Layanan Di Hygge Social Cafe Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 129–137. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i1.1302>
- Saraswati, M. M., Wirawan, P. E., Lestari, S. A., Laurence, C., Pramesti, P. M., & Jebarut, F. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Denpasar. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 13(2), 111–118. <https://doi.org/10.22334/jihm.v13i2.248>
- Sholeh, A. F., & Jufriyanto, M. (2022). USULAN PERBAIKAN PELAYANAN DI KEDAI KOPI HIPE KOPI PADA MASA PANDEMI COVID-19 MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY DAN QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT. *Sigma Teknika*, 5(2), 210–223. <https://doi.org/10.33373/sigmateknika.v5i2.4344>
- Suryono, K. (2020). Analisis kepuasan pelanggan dengan metode servqual dan kartersius pada rumah makan mak dower Rawamangun. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 2004*, 6–25. <http://repository.stei.ac.id/3318/>
- Tjiptono, F. (2022). *MANAJEMEN DAN STRATEGI KEPUASAN PELANGGAN* Editor : Anastasia Diana Pengarang : fandy tjiptono ISBN : 978-623-01-2939-1 Penerbit : andi Kota : Yogyakarta Cetakan : CV . ANDI OFFSET Tahun : 2022 (A. Diana (ed.)).
- veleriza alvioletta, Muhammad yusril helmi setyawan, m . harr. k saputra. (2020). PENERAPAN METODE ANALITIC PROCES (AHP) pada penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan pelayanan divvisi Pengarang : veleriza alvioletta , Muhammad yusril helmi setyawan , m . harr. k saputra ISBN : 978-623-7889-78-8 Penerbit : kreatif industry nu. In *PENERAPAN METODE ANALITIC PROCES (AHP) pada penilaian kepuasan pelanggan berdasarkan pelayanan divvisi* Pengarang : veleriza alvioletta , Muhammad yusril helmi setyawan , m . harr. k saputra ISBN : 978-623-7889-78-8 Penerbit : kreatif industry nu. kreatif industry nusantara. <https://ojs.amikom.ac.id/index.php/semnasteknomedia/article/view/1308/1233>
- Yusuf Sukman, J. (2017). *ANALISIS BIAYA PENGELOLAAN LIMBAH MAKANAN RESTORAN*. 4, 9–15.