

**HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN WARUNG KOPI
MUHADI DI KABUPATEN JOMBANG
(Studi kasus pada santri darul'ulum jombang)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

ANUGERAH HERMAWAN

NPM 22101081110



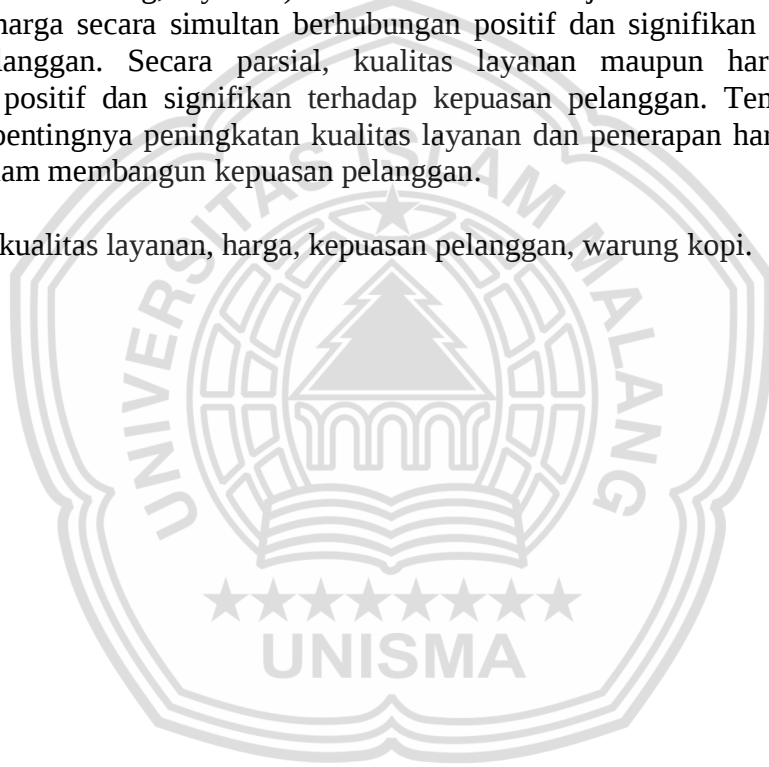
**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan Warung Kopi Muhadi, khususnya pada santri Pondok Pesantren Darul ‘Ulum Jombang. Pertumbuhan industri warung kopi yang pesat menimbulkan persaingan ketat, sehingga penting bagi pelaku usaha memahami faktor-faktor yang mendorong kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap 130 responden. Variabel yang dikaji mencakup kualitas layanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik) dan harga (keterjangkauan, kesesuaian, perbandingan, konsistensi), serta kepuasan pelanggan (kepuasan terhadap layanan dan harga, niat beli ulang, loyalitas). Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan harga secara simultan berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, kualitas layanan maupun harga juga berhubungan positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas layanan dan penerapan harga yang kompetitif dalam membangun kepuasan pelanggan.

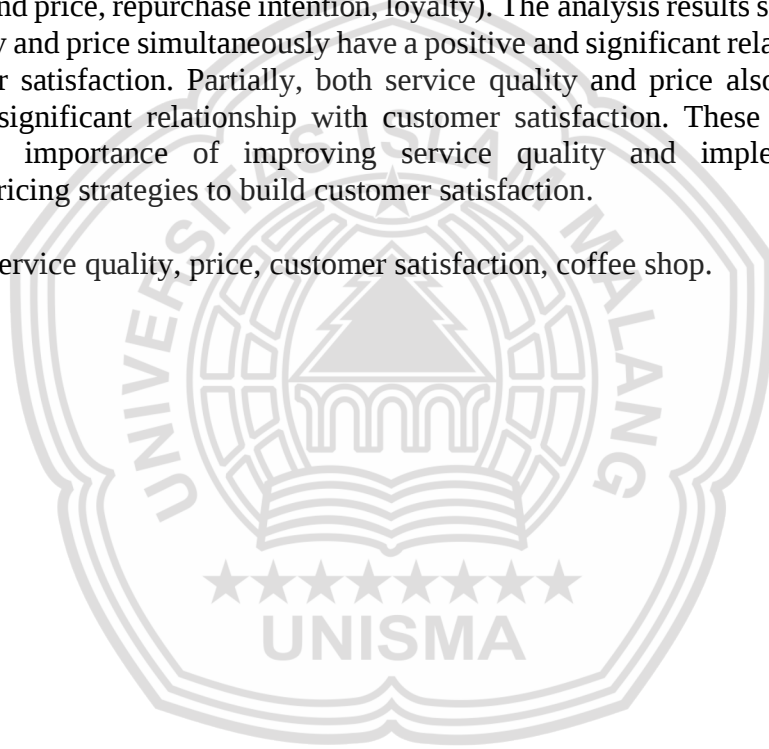
Kata Kunci: kualitas layanan, harga, kepuasan pelanggan, warung kopi.



ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between service quality and price on customer satisfaction at Warung Kopi Muhadi, specifically among students of Pondok Pesantren Darul ‘Ulum Jombang. The rapid growth of the coffee shop industry has led to intense competition, making it essential for business owners to understand the factors that drive customer satisfaction. The research method used is descriptive quantitative with purposive sampling technique involving 130 respondents. The variables examined include service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible evidence), price (affordability, appropriateness, comparison, consistency), and customer satisfaction (satisfaction with service and price, repurchase intention, loyalty). The analysis results show that service quality and price simultaneously have a positive and significant relationship with customer satisfaction. Partially, both service quality and price also have a positive and significant relationship with customer satisfaction. These findings highlight the importance of improving service quality and implementing competitive pricing strategies to build customer satisfaction.

Keywords : service quality, price, customer satisfaction, coffee shop.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan kedai kopi terus mengalami pertumbuhan. Berdasarkan data dari International Coffee Organization (ICO), pertumbuhan konsumsi kopi yang signifikan, didukung oleh peningkatan produksi dalam negeri sebesar 1,62% pada tahun 2022 (774,6 juta ton), mencerminkan peluang besar bagi industri kopi di Indonesia. Tren ini tidak hanya merefleksikan gaya hidup modern masyarakat, tetapi juga membuka jalan bagi munculnya berbagai bisnis kedai kopi di berbagai daerah, termasuk Kabupaten Jombang (Andriani *et al.*, 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, kopi tidak lagi sekadar minuman, tetapi juga telah menjadi gaya Ketertarikan Masyarakat khususnya kalangan anak muda, terhadap kafe menunjukkan pola pikir menuju masyarakat modern. Rutinitas ngopi dipercaya dapat menghilangkan stres, menciptakan suasana santai, dan mempererat hubungan sosial melalui obrolan ringan yang penuh canda (Saputri *et al.*, 2023). Fenomena ini menunjukkan bagaimana budaya konsumsi kopi telah berkembang menjadi bagian integral dari kehidupan sosial masyarakat modern. Di Jawa Timur, khususnya di Kabupaten Jombang, pertumbuhan kuliner semakin pesat seiring dengan meningkatnya popularitas warung kopi. Warung kopi di Jombang tidak hanya menjadi tempat menikmati minuman berkafein, tetapi juga menghadirkan konsep unik yang memadukan unsur tradisional dan modern. Banyak warung kopi yang menawarkan suasana khas pedesaan dengan dekorasi yang estetik, sementara yang lain mengusung

tema minimalis. Keberadaan warung kopi ini turut mendorong perkembangan sektor kuliner lokal dengan menghadirkan berbagai inovasi menu, mulai dari kopi dengan racikan khas hingga aneka makanan ringan yang disesuaikan dengan selera anak muda (Andriani *et al.*, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa industri kopi memiliki potensi besar yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal dan nasional. Termasuk meningkatnya jumlah warung kopi di berbagai daerah, salah satunya di Kabupaten Jombang.

Pertumbuhan jumlah warung kopi di Kabupaten Jombang tidak hanya mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap kopi, tetapi juga persaingan yang semakin ketat di industri ini. Setiap warung kopi berupaya menawarkan ciri khas yang unik, mulai dari konsep tempat, inovasi menu, hingga pengalaman layanan yang berbeda untuk menarik perhatian konsumen (Putra *et al.*, 2020). Warung Kopi Muhadi merupakan salah satu contoh warung kopi yang berhasil menarik perhatian anak muda di Kabupaten Jombang. Dengan menawarkan kopi berkualitas dengan harga yang terjangkau, Warung Kopi Muhadi menjadi tempat favorit bagi kalangan muda untuk berkumpul dan menikmati kopi. Selain harga yang bersahabat, pelayanan yang ramah dan cepat menjadi daya tarik utama, menciptakan suasana yang nyaman dan membuat pengunjung betah berlama-lama. Keberhasilan Warung Kopi Muhadi dalam menarik minat pelanggan, khususnya anak muda, menunjukkan pentingnya layanan yang prima serta penetapan harga yang selaras dengan harapan pelanggan dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, inovasi

tidak hanya menjadi elemen yang menentukan keberhasilan bisnis di tengah kompetisi yang semakin kompleks, tetapi juga berperan penting dalam memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan.

Pertumbuhan industri kedai kopi di Indonesia, termasuk di Kabupaten Jombang, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian (Umbase *et al.*, 2022). kualitas pelayanan yang mencakup dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan, melalui niat untuk melakukan pembelian ulang. Dalam persaingan bisnis kedai kopi yang semakin ketat, fokus pada peningkatan kualitas pelayanan menjadi strategi penting bagi warung kopi lokal untuk tetap relevan, menarik pelanggan, dan mempertahankan daya saing di pasar yang terus berkembang (Umbase *et al.*, 2022).

Selain kualitas pelayanan, faktor harga turut berperan signifikan dalam membentuk tingkat kepuasan pelanggan. Merujuk pada studi sebelumnya, harga terbukti memiliki korelasi kuat terhadap kepuasan pelanggan, dengan kontribusi sebesar 74,3%. Ketika harga dirasakan adil dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh konsumen, maka kepuasan pelanggan cenderung meningkat (Marpuang *et al.*, 2021). Sebagai kesimpulan, kesesuaian antara harga, harapan, serta nilai yang dirasakan pelanggan menjadi elemen kunci dalam mendorong kepuasan mereka.

Persaingan sangat ketat di lingkup kedai kopi, pelanggan didorong oleh dua faktor utama: kualitas layanan yang unggul dan harga yang terjangkau. Pelayanan yang cepat dan ramah, ditambah dengan suasana yang nyaman, menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Sementara itu, harga yang kompetitif turut menambah nilai bagi pelanggan, karena mereka merasa memperoleh kualitas yang sepadan dengan pengeluaran yang dilakukan. Namun, dengan ketatnya persaingan, mempertahankan usaha menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, Warung Kopi Muhadi harus terus memperbarui strategi pemasaran agar tetap relevan dan menarik minat pelanggan. Meskipun kedai kopi ini sudah memberikan layanan terbaik dan harga yang kompetitif, inovasi dalam promosi serta peningkatan kualitas tetap menjadi kunci untuk menjaga loyalitas pelanggan dan menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang.

Dengan persaingan yang semakin ketat dan meningkatnya preferensi konsumen terhadap pengalaman yang bernilai, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi berupa masukan strategis bagi pelaku usaha lokal dalam memperkuat daya saing. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi dalam mendukung perekonomian daerah dengan mendorong pertumbuhan bisnis yang lebih berkelanjutan. Pendekatan yang lebih terarah terhadap aspek harga dan kualitas pelayanan diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam memenuhi harapan pelanggan sekaligus menciptakan loyalitas jangka panjang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana hubungan antara kualitas layanan dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Bagaimana hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Muhadi?
3. Bagaimana hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan di Warung Kopi Muhadi?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi hubungan simultan antara kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Menganalisis hubungan harga terhadap kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis: Menambah wawasan dalam literatur terkait kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan.
2. Manfaat Praktis: Menyajikan saran strategis bagi Warung Kopi Muhadi dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan dan penyesuaian kebijakan harga guna memperkuat daya tarik dan loyalitas pelanggan.
3. Manfaat Sosial: Membantu pelaku usaha memahami pentingnya kualitas layanan dan harga sebagai faktor utama dalam membangun kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan dan harga secara simultan berhubungan kuat positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Warung Kopi Muhadi. Hasil uji Spearman menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan, dengan koefisien korelasi masing-masing sebesar 0,725 (kualitas layanan) dan 0,712 (harga), serta nilai signifikansi $< 0,001$.
2. Kualitas layanan berhubungan kuat positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, serta kenyamanan fasilitas, maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dirasakan.
3. Harga berhubungan kuat positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harga yang ditawarkan Warung Kopi Muhadi dianggap wajar, stabil, dan sebanding dengan kualitas yang diterima.

5.2 Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan:

1. Subjek penelitian terbatas pada santri Darul ‘Ulum Jombang yang merupakan pelanggan Warung Kopi Muhadi, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi pada pelanggan dari segmen lain seperti masyarakat umum atau pelanggan dari lokasi lain.
2. Instrumen yang digunakan hanya mengandalkan kuesioner, sehingga hasil sangat bergantung pada persepsi responden yang bersifat subjektif dan dapat dipengaruhi oleh kondisi emosional saat mengisi kuesioner.
3. Penggunaan metode statistik non-parametrik dikarenakan data tidak berdistribusi normal, sehingga analisis yang digunakan bersifat korelasional dan tidak dapat digunakan untuk memprediksi secara langsung pengaruh antar variabel.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang ada, maka peneliti memberikan beberapa saran berikut:

1. Bagi Warung Kopi Muhadi, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas layanan terutama dalam aspek bukti fisik seperti kebersihan dan kenyamanan tempat, serta menjaga keramahan dan ketanggapan karyawan agar kepuasan pelanggan tetap tinggi.
2. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Warung Kopi Muhadi meningkatkan strategi komunikasi atau transparansi terkait keunggulan

harga dibandingkan pesaing, guna memperkuat persepsi daya saing harga di mata pelanggan.

3. Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar Warung Kopi Muhadi terus meningkatkan aspek kebersihan dan penataan fasilitas fisik guna memperkuat kesan positif pelanggan terhadap lingkungan warung.
4. Penetapan harga perlu dipertahankan agar tetap kompetitif, stabil, dan sepadan dengan manfaat yang diberikan kepada pelanggan. Strategi diskon atau loyalty program juga dapat diterapkan untuk meningkatkan loyalitas.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas lingkup responden dan menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, suasana tempat, atau citra merek yang juga dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.
6. Disarankan menggunakan pendekatan mix method (kuantitatif dan kualitatif) atau wawancara mendalam agar hasil penelitian lebih kaya dan mendalam dalam memahami perilaku konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, P. L., & Utamaningsih, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. In *Jurnal Aplikasi Bisnis* (Vol. 7, pp. 125–128).
- Andriani, N., Aksa, Viola, D., Muhawiyah, & Siti. (2022). Pengaruh Self-Actualization dan Gaya Hidup Hangout Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Coffee Culture Jombang. *Prosiding SEMINALU 2023 Pendetang*, Aziz, 347–352.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 85–94. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.257>
- Ariyanto, A., Ghazali, Z., Munyati, Ambarwaati, R., Nelly, Revita, N., Firdaus, Sudirman, A., & Pratisila, M. (2019). Manajemen layanan pelanggan. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
- Artha, A. P., & Prijati. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Lain Hati Cabang Deltasari. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(1), 1–15.
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). *Konsep Inti Manajemen Pemasaran*. 6.
- Chrisyana, N., Rahman, A., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Aka Coffee Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 1–14. <https://doi.org/10.32815/jubis.v4i2.1956>
- Fauzia, L., Fahira, I., Darus, M. B., & Jufri, M. (2023). Factors Related To Consumer Satisfaction in Buying Coffee At a Coffee Shop (Case Study : Kopi Om Wari, Bireuen Regency, Aceh). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 3(6), 2054–2059. <https://doi.org/10.54443/ijebas.v3i6.1281>
- Fitrah, N., Muawwal, A., & Informasi, S. (2022). Analisis kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. *Kharisma Tech.*, 17(02), 172–183.
- Govinaz, A., & Budiani, M. S. (2019). HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOSERBA X. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 143–152.
- Gunadi, E., & Tanoto, S. R. (2018). Hubungan Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan M-Sport Futsal Center. *Agora*, 6(1), 1–5. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6472>

- Hayati, S., & Saputra, L. A. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Cv. Jaya Anugrah. *Business Management*, 2(1), 49–53. <https://doi.org/10.58258/bisnis.v2i1.5430>
- Hilwa, Latief, F., & Z, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kedai Kopi Tungku Herbag Makassar. *Nobel Management Review*, 3(4), 594–607. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3451>
- Izzah, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Restoran Hotel Yusro Jombang). *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 1(2), 187–204. <https://doi.org/10.33752/bima.v1i2.5362>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Boletín cultural e informativo - Consejo General de Colegios Médicos de España* (Vol. 22).
- Liando, T. A. O., & Umiyati, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Fanattic High. In *Jurnal Penelitian Manajemen* (Vol. 2, Issue 2, pp. 34–43). <https://doi.org/10.70429/jpema.v2i2.109>
- Maimunah, S., Yusuf, A., & Sunarya, H. (2020). Analisis Sikap, Minat Dan Motivasi Mahasiswa Terhadap Keputusan Menempuh Pendidikan Profesi Akuntansi. *Jurnal Akuntansi (Ja)*, 7(1), 58–70.
- Marnovita. (2020). Kepuasan Pasien Menggunakan Layanan Kesehatan Teknologi (Tele-Health) di Masa Pandemi COVID-19: Efek Mediasi Kualitas Pelayanan Kesehatan. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan (J-P3K)*, 1(3), 251–260. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v1i3.48>
- Marpuang, Veronika, M., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Kopi Massa Kok Tong Limming Tebing Tinggi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 494–512.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125.
- Maulana, V., setya wadani, P., & Rahayu, S. (2022). *Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Analisis Terhadap Kedai Kopi Zona Coffee Malang)*. 1–12.
- Monitaria, abi melin, & Baskoro, E. (2021). *Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul*. 1(3), 6.
- Muaja, A. C., Talumingan, C., & Kapantow, G. H. M. (2022). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Di Moffee Coffee Store Manado.

Agrirud, 4(3), 291–300.

Nugraha, Rizki Nurul Salsabila, R. A. D. A. (2023). Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pengunjung Cafe Cuci Mulut Depok). *Jurnal Ilmiah Wahan Pendidikan*, 9(10), 524–530.

Nurchahyo, B., & Riskayanto. (2018). Analisis Dampak Penciptaan Brand Image Dan Aktifitas Word of Mouth (Wom) Pada Penguatan Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 3(1), 14. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.12026>

Parasuraman, A., Zaithaml, V. A., & L., A. B. L. (2008). SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal Of Retailing*, 64(September 2014), 12–35.

Putra, daren zhu, Sudianti, D., Maulana, desta simas, Saputra, R., & Hotasi, S. (2020). Persaingan antar warung kopi berakibat warung kopi gaul secara bertahap mengalami penurunan profitabilitas usaha. *Journal GEEJ*, 7(2), 753–758.

Rahmadani, R. A. (2016). Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Harga Dengan Kepuasan Konsumen Coffee Toffee Surabaya. *Calyptra : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 5(1), 1–9.

Rifai'i SE., M.Si, D. khMDAN. (2020). Kepuasan Konsumen. In *Pengaruh Pengalaman, Pengetahuan Dan Keterampilan Auditor Terhadap Kualitas Audit*. [http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB II.pdf](http://repo.darmajaya.ac.id/2870/5/BAB%20II.pdf)

Rullyanto, R., & Eko Yulianto, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Daihatsu Cabang Pecindilan Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(8), 1–2.

Rusmita, F. N., Sulton, M., & Arifien, M. S. (2019). Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. JNE Cabang Lamongan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 23–32.

Saputri, D. A., Lestari, N. B., & Firinanda, R. (2023). Representasi Image Anak Muda Dalam Budaya Ngopi. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 122–135. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i2.162>

Sari, D. A., & Mayasari, D. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Grosir Tirta Yasa Kecamatan Banjar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 108–115.

Schober, P., & Vetter, T. R. (2019). Statistical Minute. *International Anesthesia Research Society*, 129(2), 2019.

Sintia, I., Pasarella, M. D., & Nohe, D. A. (2022). Perbandingan Tingkat

- Konsistensi Uji Distribusi Normalitas Pada Kasus Tingkat Pengangguran di Jawa. *Prosiding Seminar Nasional Matematika, Statistika, Dan Aplikasinya*, 2(2), 322–333.
- Solihin, D., Oktavianti, F., Dumarya, C., Ekonomi, F., & Pamulang, U. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Lala Studio & Salon Ciseeng Bogor*. 567–577.
- Sudiyono, Kurniawati, M., & Mustikowati, R. I. (2018). Manajemen Pemasaran Usaha Wisata. *Manajemen Pemasaran Usaha Wisata*, 6.
- Sugiyono. (2015). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2017). Buku Ajar Statistika Dasar. In *Buku Ajar Statistika Dasar* (Vol. 14, Issue 1). <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Sulistiyowati, W. (2019). Kualitas layanan: Teori dan aplikasinya. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://sciotea.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Sulistyawati, N. M. arie, & Seminari, ni ketut. (2015). Kepuasan Pelanggan Restoran Indus. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2318–2332.
- Surbakti, P. S., Lie, D., & Wijaya, A. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar (Survey Terhadap Masyarakat di Kelurahan Bantan RT 002 / RW 007 Pematangsiantar). *Maker*, 3(1), 82–89. <http://maker.ac.id/index.php/maker/article/view/60>
- Tawakkal, E., Suaib, H., & Zein, E. M. (2021). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 384. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i3.11149>
- Umbase, Christovel Zuriel Areros, W., & Tamengkel, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. *Productivity*, 3(4), 394.
- Utami, Y., Muslim, rasmanna pria, & Khairunnisa. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>
- Wahyono, F. N., & Saputra, R. A. (2023). *The Effect Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction On Warbon Coffeee Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warbon Kopi*. 5(2), 1–11.

<https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.306>

Wiranata, A., & Suwitho. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kafe RS Kopi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(3), 1–18. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3013>

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>

