
Pengaruh Kecepatan Pelayanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Layanan *Grab And Go* (Studi pada Kopi Tuku Cabang Kemanggisan)

Deza Fazrul Falah

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
Jakarta, Indonesia

Email Korespondensi: dezafalah74@gmail.com

ABSTRAK

Layanan *grab and go* menuntut kecepatan dan kepraktisan, tetapi Kopi Tuku Cabang Kemanggisan masih menerima keluhan pelanggan terkait antrian panjang, keterlambatan pesanan, dan respons pegawai yang lambat. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kecepatan pelayanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *grab and go*, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan data primer dari kuesioner yang disebarakan kepada 50 pelanggan, dilengkapi observasi dan studi dokumentasi. Data dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan ($\beta = 0,543$; $t = 4,907$) dan kualitas pelayanan ($\beta = 0,450$; $t = 4,073$) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($p < 0,05$). Keduanya juga berpengaruh signifikan secara simultan ($F = 18,086$; $p < 0,05$) dengan R^2 sebesar 0,435. Kecepatan pelayanan berkontribusi lebih besar (26,3%) dibandingkan kualitas pelayanan (17,1%). Pengelola disarankan memprioritaskan percepatan layanan pada jam sibuk sembari menjaga ketepatan pesanan dan keramahan pegawai.

Kata Kunci: kecepatan pelayanan; kualitas pelayanan; kepuasan pelanggan; *grab and go*; regresi linear berganda

ABSTRACT

The *grab and go* service emphasizes speed and convenience, yet Kopi Tuku Kemanggisan Branch still receives customer complaints about long queues, delayed orders, and slow staff responses. This study analyzes the effect of service speed and service quality on customer satisfaction in the *grab and go* service, both partially and simultaneously. A quantitative associative approach was applied using primary data from questionnaires distributed to 50 customers, complemented by observation and documentation study. The data were analyzed using validity, reliability, and classical assumption tests, multiple linear regression, t-test, F-test, and the coefficient of determination with SPSS version 25. The results show that service speed ($\beta = 0.543$; $t = 4.907$) and service quality ($\beta = 0.450$; $t = 4.073$) each have a positive and significant effect on customer satisfaction ($p < 0.05$). Both variables also have a significant simultaneous effect ($F = 18.086$; $p < 0.05$) with an R^2 of 0.435. Service speed contributes more (26.3%) than service quality (17.1%). Management is advised to prioritize faster service during peak hours while maintaining order accuracy and staff courtesy.

Keywords: service speed; service quality; customer satisfaction; *grab and go*; multiple linear regression

LATAR BELAKANG

Sektor makanan dan minuman di Indonesia berkembang pesat, terutama di kota-kota besar, seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk yang higienis, cepat, dan praktis. Salah satu subsektor yang tumbuh paling cepat adalah kedai kopi (Husni Sinulingga et al., 2024). Indonesia tercatat sebagai negara konsumen kopi terbesar kelima di dunia dengan produksi mencapai 786.200 ton pada 2021, sehingga peluang usaha kedai kopi terbuka lebar, tetapi persaingan pun semakin ketat (Fadilah & Supendi, 2024).

Dalam persaingan tersebut, pelaku usaha tidak cukup memperbaiki produk, tetapi juga harus meningkatkan kualitas layanan. Salah satu inovasi layanan yang kini populer adalah konsep *grab and go*, yaitu cara membeli yang menekankan kecepatan dan kemudahan tanpa menunggu lama. Konsep ini sejalan dengan gaya hidup masyarakat modern yang mengutamakan efisiensi waktu. Kecepatan pelayanan berkaitan dengan kemampuan penyedia layanan menanggapi dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara tepat waktu, dan layanan yang cepat memberi kesan kerja yang efisien dan profesional sehingga pelanggan lebih puas (Perdana & Prasetyo, 2025). Di sisi lain, kualitas layanan menunjukkan seberapa baik perusahaan memenuhi harapan pelanggan secara konsisten dan menjadi penentu penting kepuasan (Annisa et al., 2023); (Fadilah & Supendi, 2024).

Kopi Tuku adalah merek kopi lokal yang dikenal luas dan menerapkan konsep *grab and go*, termasuk pada cabang Kemanggisan. Namun, ulasan pelanggan di *Google Reviews* selama sepuluh bulan, dari Mei 2025 sampai April 2026, memuat keluhan mengenai antrean panjang pada jam sibuk, pesanan yang terlambat, pesanan yang tidak sesuai, serta respons pegawai yang lambat. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan layanan yang diterima sehingga berpotensi menurunkan kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu umumnya meneliti kualitas layanan atau kecepatan layanan secara terpisah. (Perdana & Prasetyo, 2025) menemukan bahwa kecepatan layanan dan ketersediaan layanan digital berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat, sedangkan (Annisa et al., 2023) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Caffe Titik Koma Banjarmasin. Kajian yang menguji kecepatan dan kualitas pelayanan secara bersamaan pada layanan *grab and go*, khususnya di Kopi Tuku Cabang Kemanggisan, masih terbatas. Inilah kesenjangan penelitian (*research gap*) yang hendak diisi oleh artikel ini.

Secara teoretis, temuan penelitian ini memperkaya kajian manajemen pemasaran jasa mengenai determinan kepuasan pelanggan pada layanan cepat saji. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi bahan evaluasi bagi pengelola Kopi Tuku Cabang Kemanggisan dalam mempercepat proses layanan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh (1) kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, (2) kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan (3) kecepatan dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *grab and go* Kopi Tuku Cabang Kemanggisan. Artikel ini disusun secara berurutan, mulai dari tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan, hingga kesimpulan dan saran.

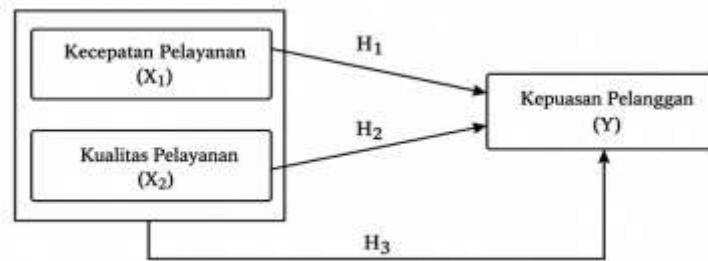
2. TINJAUAN PUSTAKA

Kecepatan pelayanan. Kecepatan pelayanan adalah batas waktu yang ditetapkan penyelenggara layanan untuk menyelesaikan suatu layanan, dan sering menjadi tanda kualitas layanan (Abidin et al., 2025). Menurut Kotler dan Keller, kecepatan layanan merujuk pada kecepatan penyedia layanan dalam menanggapi dan menyelesaikan permintaan pelanggan (Perdana & Prasetyo, 2025). Kecepatan layanan juga menjadi salah satu komponen utama yang membentuk kualitas layanan dan pengalaman pelanggan (Aliqila Nurhudaini & Melani Nurindah, 2025). Dalam penelitian ini, kecepatan pelayanan diukur melalui tiga dimensi, yaitu *responsiveness*, *time certainty*, dan *prompt service* (Perdana & Prasetyo, 2025).

Kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono, kualitas layanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Akhirin et al., 2023). Layanan yang baik membuat pelanggan puas, sedangkan layanan yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan (Aziez Herdian et al., 2022). Dimensi kualitas pelayanan yang digunakan adalah kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Akhirin et al., 2023).

Kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya (Paryanti & Sumarsid, 2022). Perasaan tersebut muncul karena pelanggan membandingkan kenyataan dengan harapan terhadap produk atau jasa yang diperoleh (Sinaga, 2024). Indikator kepuasan pelanggan dalam penelitian ini mencakup produk, harga, lokasi, layanan pegawai, dan fasilitas (Nida Salma Fahriani & Intan Rike Febriyanti, 2022).

Penelitian terdahulu. Sejumlah penelitian mendukung hubungan antarvariabel tersebut. Kecepatan layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan masyarakat (Perdana & Prasetyo, 2025) dan kepuasan konsumen jasa bus pariwisata (Abidin et al., 2025). Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan di Caffe Titik Koma Banjarmasin (Annisa et al., 2023), Urbans Travel (Mumtaza & Millanyani, 2023), Mixue Ice Cream & Tea (Puspitasari & Nurmaning, 2024), dan McDonald's (Riyanto & Satinah, 2023). Perbedaan penelitian ini terletak pada pengujian kedua variabel bebas secara bersamaan pada konteks layanan *grab and go* di sebuah kedai kopi lokal. Kerangka konseptual penelitian disajikan pada Gambar 1. Kecepatan pelayanan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) diduga memengaruhi kepuasan pelanggan (Y), baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama. Berdasarkan kerangka tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut.



Sumber: (Diolah peneliti, 2026)
Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

H₁: Kecepatan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₂: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H₃: Kecepatan pelayanan dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif untuk menguji pengaruh kecepatan pelayanan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Pendekatan kuantitatif berlandaskan positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan analisis data statistik guna menguji hipotesis (Priadana & Sunarsi, 2021). Objek penelitian adalah layanan *grab and go* Kopi Tuku Cabang Kemanggisan, Jakarta, yang dipilih karena keluhan pelanggan terkait kecepatan dan kualitas layanan pada cabang ini terdokumentasi dalam ulasan publik.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pelanggan Kopi Tuku Cabang Kemanggisan, dilengkapi observasi langsung dan studi dokumentasi. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Kopi Tuku Cabang Kemanggisan. Ukuran sampel ditentukan berdasarkan pedoman Roscoe, yang menyarankan ukuran sampel 30 sampai 50 responden dan, untuk analisis multivariat, minimal sepuluh kali jumlah variabel penelitian (Latif et al., 2025). Dengan tiga variabel, sampel minimal adalah 30 responden; peneliti menggunakan 50 responden untuk meningkatkan akurasi hasil dan mengurangi bias pengambilan sampel.

Instrumen terdiri atas 28 pernyataan: 9 pernyataan untuk kecepatan pelayanan, 9 pernyataan untuk kualitas pelayanan, dan 10 pernyataan untuk kepuasan pelanggan. Kecepatan pelayanan diukur melalui dimensi *responsiveness*, *time certainty*, dan *prompt service*; kualitas pelayanan melalui dimensi kehandalan, jaminan, dan empati; dan kepuasan pelanggan melalui indikator produk, harga, lokasi, layanan pegawai, dan fasilitas. Seluruh pernyataan diukur dengan skala Likert lima tingkat, dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju (Simamora, 2022).

Analisis data dilakukan dengan SPSS versi 25 (Risnita et al., 2024) melalui tahapan berikut: (1) uji validitas dengan membandingkan r hitung dan r tabel (0,279; taraf signifikansi 5%; $df = 48$); (2) uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* (batas 0,60); (3) uji asumsi klasik, yaitu normalitas (*Kolmogorov-Smirnov* dan *P-Plot*), heteroskedastisitas (*Glejser* dan *scatterplot*), multikolinearitas (*tolerance* dan *VIF*), serta linearitas; dan (4) analisis regresi linear berganda dengan uji t , uji F , dan koefisien determinasi. Persamaan regresi yang diestimasi adalah $\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Karakteristik Responden dan Deskripsi Variabel

Seluruh 50 kuesioner yang dibagikan kembali dan dapat dianalisis. Tabel 1 menunjukkan bahwa responden didominasi laki-laki (64%), dan Perempuan (36%). Profil ini menggambarkan pelanggan muda yang terbiasa membeli kopi secara cepat melalui layanan *grab and go*.

Tabel 1. Karakteristik Responden (n = 50)

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	32	64%
2.	Perempuan	18	36%
Total		50	100%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Jumlah Item	Rata-rata	Kategori
Kecepatan pelayanan (X_1)	9	4,17	Setuju
Kualitas pelayanan (X_2)	9	3,87	Setuju
Kepuasan pelanggan (Y)	10	3,96	Setuju

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Tanggapan responden terhadap ketiga variabel disajikan pada Tabel 2. Rata-rata skor kecepatan pelayanan adalah 4,17, kualitas pelayanan 3,87, dan kepuasan pelanggan 3,96, yang seluruhnya berada pada kategori setuju. Skor kecepatan pelayanan yang tertinggi menandakan bahwa pelanggan menilai kecepatan sebagai aspek yang relatif paling baik, sedangkan skor kualitas pelayanan yang terendah menunjukkan ruang perbaikan, misalnya pada ketepatan pesanan dan empati pegawai yang dikeluhkan dalam ulasan pelanggan.

4.2. Uji Kualitas Data dan Asumsi Klasik

Hasil pengujian kualitas data dan asumsi klasik diringkas pada Tabel 3. Seluruh butir pernyataan memiliki r hitung yang lebih besar daripada r tabel (0,279) sehingga instrumen dinyatakan valid. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk kecepatan pelayanan (0,963) dan kualitas pelayanan (0,920) menunjukkan reliabilitas sangat baik, sedangkan kepuasan pelanggan (0,618) memenuhi batas minimum 0,60 meskipun tergolong rendah sehingga hasil terkait variabel ini perlu ditafsirkan hati-hati. Pada uji asumsi klasik, residual berdistribusi normal (Asymp. Sig. 0,200), tidak terjadi heteroskedastisitas (Sig. Glejser 0,376 dan 0,347), tidak terjadi multikolinearitas (*tolerance* 0,984; VIF 1,016), dan hubungan kedua variabel bebas dengan kepuasan pelanggan bersifat linear. Dengan demikian, model regresi memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 3. Ringkasan Hasil Uji Kualitas Data dan Asumsi Klasik

Uji	Indikator	Hasil	Kriteria	Kesimpulan
Validitas	r hitung	Semua item > 0,279	r hitung > r tabel	Valid
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i> X_1 ; X_2 ; Y	0,963; 0,920; 0,618	> 0,60	Reliabel
Normalitas	<i>Kolmogorov-Smirnov</i> (Asymp. Sig.)	0,200	> 0,05	Normal
Heteroskedastisitas	Glejser (Sig.) X_1 ; X_2	0,376; 0,347	> 0,05	Tidak terjadi
Multikolinearitas	<i>Tolerance</i> ; VIF (X_1 dan X_2)	0,984; 1,016	<i>Tolerance</i> > 0,1; VIF < 10	Tidak terjadi
Linearitas	<i>Deviation from linearity</i> (Sig.) X_1 - Y ; X_2 - Y	0,676; 0,663	> 0,05	Linear

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

4.3. Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4 menyajikan hasil regresi linear berganda. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $\hat{Y} = 19,795 + 0,280X_1 + 0,265X_2$. Koefisien kedua variabel bernilai positif, artinya kenaikan satu satuan skor kecepatan pelayanan meningkatkan skor kepuasan pelanggan sebesar 0,280 dan kenaikan satu satuan skor kualitas pelayanan meningkatkan

kepuasan sebesar 0,265, dengan asumsi variabel lain tetap. Uji t menghasilkan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$) untuk kedua variabel, sehingga H_1 dan H_2 diterima.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Konstanta)	19,795	3,333	-	5,938	0,000
Kecepatan pelayanan (X_1)	0,280	0,057	0,543	4,907	0,000
Kualitas pelayanan (X_2)	0,265	0,065	0,450	4,073	0,000

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

Uji simultan pada Tabel 5 menghasilkan F hitung sebesar 18,086 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_3 diterima: kecepatan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai R^2 sebesar 0,435 berarti kedua variabel menjelaskan 43,5% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan 56,5% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa kecepatan pelayanan menyumbang 26,3% ($0,543 \times 0,485$) dan kualitas pelayanan 17,1% ($0,450 \times 0,381$), sehingga kecepatan pelayanan memiliki kontribusi yang lebih besar.

Tabel 5. Hasil Uji Simultan dan Koefisien Determinasi

Statistik	Nilai	Keterangan
R	0,659	Hubungan kuat
R Square (R^2)	0,435	43,5% variasi Y
Adjusted R Square	0,411	-
F hitung (df = 2; 47)	18,086	Sig. 0,000 ($< 0,05$)
Kontribusi parsial X_1	26,3%	$0,543 \times 0,485$
Kontribusi parsial X_2	17,1%	$0,450 \times 0,381$

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026)

4.4. Pembahasan

Pengaruh kecepatan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kecepatan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($\beta = 0,543$; $t = 4,907$; $p < 0,05$). Temuan ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller yang menempatkan ketepatan waktu dalam menanggapi permintaan sebagai inti kecepatan layanan (Perdana & Prasetyo, 2025), serta dengan (Aliqila Nurhudaini & Melani Nurindah, 2025) yang menegaskan kecepatan sebagai komponen vital pengalaman pelanggan. Pada layanan *grab and go* yang menjual penghematan waktu, antrean panjang saat jam sibuk dan keterlambatan penyajian, seperti terlihat dalam ulasan pelanggan, langsung menurunkan penilaian pelanggan. Hasil ini konsisten dengan (Perdana & Prasetyo, 2025) pada layanan publik dan (Abidin et al., 2025) pada jasa bus pariwisata, yang menunjukkan bahwa pengaruh kecepatan layanan terhadap kepuasan berlaku lintas jenis usaha.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($\beta = 0,450$; $t = 4,073$; $p < 0,05$). Hasil ini mendukung konsep Tjiptono bahwa kualitas layanan, yang tercermin dari kehandalan, jaminan, dan empati, menentukan terpenuhinya harapan pelanggan (Akhirin et al., 2023), serta pendapat bahwa layanan bermutu membuat pelanggan puas dan layanan buruk menimbulkan ketidakpuasan (Aziez Herdian et al., 2022). Temuan ini juga sejalan dengan (Annisa et al., 2023), (Mumtaza & Millanyani, 2023), (Puspitasari & Nurmaning, 2024), serta (Riyanto & Satinah, 2023). Keluhan mengenai pesanan yang tidak sesuai dan respons pegawai yang lambat menandakan bahwa dimensi kehandalan dan empati masih perlu diperkuat. Koefisien kualitas pelayanan (0,265) sedikit lebih kecil daripada koefisien kecepatan pelayanan (0,280), yang mengindikasikan bahwa pada konteks *grab and go* kecepatan menjadi faktor yang sedikit lebih menentukan, meskipun keduanya tetap berpengaruh nyata.

Pengaruh simultan kecepatan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan ($F = 18,086$; $p < 0,05$) dengan R^2 0,435. Kepuasan pelanggan dengan demikian tidak dibentuk oleh satu faktor, melainkan oleh beberapa aspek layanan yang saling melengkapi. Temuan ini sejalan dengan (Puspitasari & Nurmaning, 2024) yang menemukan pengaruh simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan, serta (Aziez Herdian et al., 2022) yang menemukan pengaruh simultan lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Karena 56,5% variasi kepuasan masih dijelaskan faktor lain, pengelola perlu memandang kecepatan dan kualitas pelayanan sebagai bagian dari upaya yang lebih luas, bukan satu-satunya penentu kepuasan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan pada layanan *grab and go* Kopi Tuku Cabang Kemanggisan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kecepatan pelayanan dan kualitas pelayanan, baik secara parsial maupun simultan. Kedua variabel bersama-sama menjelaskan 43,5% variasi kepuasan pelanggan, dengan kontribusi kecepatan pelayanan (26,3%) yang lebih besar daripada kualitas pelayanan (17,1%). Secara teoretis, hasil ini memperkuat bukti bahwa pada layanan berorientasi waktu, kecepatan dan kualitas pelayanan perlu dikelola berdampingan untuk membentuk kepuasan pelanggan.

Bagi pengelola, disarankan menambah tenaga pada jam sibuk, menyederhanakan proses pemesanan, atau menerapkan sistem antrean digital agar antrean dan keterlambatan berkurang. Kualitas pelayanan perlu ditingkatkan melalui ketelitian memproses pesanan serta pelatihan pegawai agar lebih responsif dan empatik, dan kedua aspek sebaiknya dikembangkan secara seimbang. Penelitian selanjutnya disarankan menambah variabel lain di luar model, seperti harga, lokasi, kualitas produk, atau fasilitas, serta memperbesar sampel dan memperluas objek ke cabang lain atau kedai kopi dengan layanan *grab and go* agar hasilnya lebih dapat digeneralisasi.

REFERENSI

- Abidin, R., Haris, A., & Teguh, M. (2025). Pengaruh Kecepatan Layanan dan Harga Sewa Bus terhadap Kepuasan Konsumen pada Bus Pariwisata PT. Putra Handayani Trans Nganjuk. *Jurnal Hasi Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Eksakta*, 2(8), 305–316. <https://manggalajournal.org/index.php/cendekia/article/view/1583>
- Akhirin, Z., Wijaya, E., & Putra, I. U. (2023). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada Kantor Desa Padang Genting Kecamatan Seluma Selatan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1529–1538. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.4273>
- Aliqila Nurhudaini, & Melani Nurindah. (2025). Analisis Efektivitas E-Wallet Dalam Meningkatkan Kecepatan Pelayanan Usaha Mikro: Studi Kasus Di Ciwaruga, Bandung. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 13(1), 85–97. <https://doi.org/10.56689/ekbis.v13i1.1941>
- Annisa, N., Husnurrofiq, H., & Kadir, A. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Caffe Titik Koma Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 297–314. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.226>
- Aziez Herdian, R., Rakhmat, C., & Suci Putri Lestari. (2022). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.57151/jeko.v1i2.32>
- Fadilah, N. Z., & Supendi, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Volume Penjualan Usaha Toko Kopi Seduh. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 37–50. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v8n1.p37-50>
- Husni Sinulingga, M., Tryana Sembiring, M., & Iskandarini, I. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Pada Coffee Shop (Studi Kasus Pada Misi Kopi Kota Tebing Tinggi). *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(5), 967–974. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i5.928>
- Latif, M. A., Sucipto, R. H., & Annisa, T. I. (2025). Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan PT Waskita Karya (Persero) Tbk. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 3(2), 115–126. <https://doi.org/10.70052/jeba.v3i2.988>
- Mumtaza, F. A., & Millanyani, H. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA URBANS TRAVEL. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 1346–1352.
- Nida Salma Fahriani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 1–11. <https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.431>
- Paryanti, A. B., & Sumarsid. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 12(1), 70–83.
- Perdana, M. J. P., & Prasetyo, H. (2025). Pengaruh Kecepatan Layanan dan Ketersediaan Layanan Digital terhadap Kepuasan Masyarakat di BPKAD Kota Yogyakarta. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(3), 1046–1055. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i3.1188>
- Priadana, H. M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.

- Puspitasari, D., & Nurmaning, B. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *AKSIOMA : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, 1(8), 461–472. <https://doi.org/10.62335/dm8jbf14>
- Riyanto, K., & Satinah. (2023). Pengaruh Penetapan Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 01(01), 30–37. <https://lenteranusa.id/>
- Simamora, B. (2022). Skala Likert, Bias Penggunaan dan Jalan Keluarnya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 84–93. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.978>
- Sinaga, J. M. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Commerce , Pembayaran Non Tunai (Cashless), Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Coffee Shop Kips Kopi. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 2, 1–5. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi>