

---

## **Analisis Kualitas Pelayanan Food And Beverage Service Terhadap Kepuasan Tamu di Max – Max Bogor Café & Resto**

Rafi Syahputra Pratama, Riani Prihatini Ishak  
Sekolah Tinggi Pariwisata Bogor  
\*rianipishak@stpbgor.ac.id

### **ABSTRACT**

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction at MAX-MAX Bogor Café & Resto. The research method used is a quantitative approach with an associative type and simple linear regression analysis technique. The population consists of all customers who have visited the café, with a sample of 100 respondents selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using validity, reliability, and hypothesis testing with SPSS. The results show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.567, indicating that service quality contributes 56.7% to customer satisfaction, while the remaining 43.3% is influenced by other factors outside the study. Overall, service quality is considered high, but customer satisfaction is not yet fully optimal. In conclusion, service quality plays a crucial role in enhancing customer satisfaction. Therefore, it is recommended that management improve service responsiveness, staff coordination, and service consistency to enhance customer experience and long-term loyalty.

**Keywords:** service quality, customer satisfaction, SERVQUAL, restaurant, linear regression

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di MAX-MAX Bogor Café & Resto. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif dan teknik analisis regresi linier sederhana. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, serta uji hipotesis menggunakan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,567 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 56,7% terhadap kepuasan konsumen, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Secara umum, kualitas pelayanan dinilai tinggi, namun kepuasan konsumen belum sepenuhnya optimal. Kesimpulan penelitian ini adalah kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, disarankan agar manajemen meningkatkan kecepatan pelayanan, koordinasi staf, serta konsistensi layanan guna meningkatkan pengalaman pelanggan dan loyalitas secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, SERVQUAL, restoran, regresi linier

---

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan industri kuliner di Kota Bogor menunjukkan tren pertumbuhan yang pesat seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap aktivitas konsumsi di luar rumah. Persaingan usaha yang semakin ketat mendorong pelaku industri tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada kualitas pelayanan sebagai faktor pembeda utama. Perubahan perilaku konsumen modern yang semakin kritis menjadikan pengalaman bersantap (*dining experience*) sebagai aspek penting dalam menilai suatu restoran. Hal ini sejalan dengan penelitian Banowati et al. (2025) yang menyatakan bahwa kemampuan adaptasi terhadap preferensi konsumen menjadi kunci keberlanjutan usaha kuliner. Selain itu, Siregar et al. (2025) menegaskan bahwa evaluasi terhadap kualitas pelayanan menjadi strategi penting dalam mempertahankan daya saing di industri jasa, khususnya restoran.

Meskipun Max-Max Bogor Café & Resto merupakan salah satu destinasi kuliner yang cukup diminati, masih ditemukan berbagai permasalahan dalam aspek pelayanan. Berdasarkan observasi awal dan data keluhan pelanggan, terdapat kendala utama pada dimensi *responsiveness*, seperti keterlambatan penyajian makanan terutama saat jam sibuk. Selain itu, terdapat masalah pada *reliability* berupa kesalahan pesanan akibat kurangnya koordinasi antar staf. Permasalahan lain juga muncul pada aspek *assurance* dan *empathy*, di mana standar komunikasi pelayanan belum seragam dan perhatian terhadap pelanggan belum merata. Kondisi ini berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan serta berdampak pada citra usaha jika tidak ditangani secara sistematis.

Penelitian terdahulu umumnya telah membahas kualitas pelayanan menggunakan pendekatan *SERVQUAL* dan hubungannya dengan kepuasan pelanggan, seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988) serta Tjiptono & Chandra (2016) yang menekankan pentingnya kesesuaian antara ekspektasi dan persepsi pelanggan. Selain itu, Apriyani (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam konteks umum industri jasa. Namun, sebagian besar penelitian tersebut bersifat umum dan belum secara spesifik mengkaji implementasi kualitas pelayanan pada unit usaha kuliner tertentu dengan kondisi operasional nyata, khususnya pada restoran dengan dinamika pelayanan saat *peak hours*. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan dengan melakukan analisis empiris yang lebih kontekstual pada Max-Max Bogor Café & Resto.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pendekatan analisis yang tidak hanya mengukur kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *SERVQUAL*, tetapi juga mengaitkannya secara langsung dengan kondisi operasional nyata di lapangan, seperti waktu penyajian saat jam sibuk, koordinasi antar staf, serta persepsi pelanggan berdasarkan data keluhan aktual. Penelitian ini juga secara spesifik berfokus pada unit *Food and Beverage Service (front-of-house)*, sehingga memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai interaksi langsung antara pramusaji dan pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis berupa rekomendasi strategis yang lebih aplikatif bagi pengelolaan kualitas pelayanan di restoran, khususnya dalam meningkatkan kepuasan tamu secara berkelanjutan.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Landasan Teori**

Penelitian ini menggunakan *Expectancy Disconfirmation Theory (EDT)* sebagai *grand theory* yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan ditentukan oleh perbandingan antara ekspektasi awal dengan kinerja aktual yang dirasakan (Kotler & Keller 2016). Teori ini menekankan bahwa ketika kinerja layanan memenuhi atau

---

melebihi harapan, maka terjadi konfirmasi positif yang menghasilkan kepuasan, sedangkan apabila kinerja berada di bawah harapan, maka terjadi diskonfirmasi negatif yang menyebabkan ketidakpuasan (Azzahra & Salim, 2025). Dalam konteks penelitian ini, EDT digunakan untuk menjelaskan bagaimana kualitas pelayanan di Max-Max Bogor Cafe & Resto memengaruhi kepuasan tamu melalui kesesuaian antara harapan dan persepsi layanan.

### **Kepuasan Tamu**

Kepuasan tamu merupakan respon emosional berupa perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan yang diterima dengan ekspektasi yang dimiliki sebelumnya (Kotler & Keller 2016). Dalam industri kuliner, kepuasan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh pengalaman pelayanan secara keseluruhan. Penelitian Ainayya & Ikhsani (2022) menunjukkan bahwa kepuasan tamu sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan food and beverage service, sehingga kepuasan tamu dapat dipahami sebagai hasil evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman layanan yang diterima.

### **Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Tamu**

Kepuasan tamu dalam industri jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan, fasilitas, karakteristik sosiodemografi, dan lokasi usaha (Putranto & Himawati, 2025). Kualitas pelayanan mencakup sikap dan profesionalisme staf, sementara fasilitas berkaitan dengan kenyamanan dan kebersihan lingkungan. Selain itu, latar belakang pelanggan seperti usia dan gaya hidup turut memengaruhi persepsi kepuasan. Penelitian Siantry et al. (2024) juga menegaskan bahwa kombinasi berbagai faktor tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan dalam penelitian ini mengacu pada model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Zeithaml et al. (1990), yang mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan melalui lima dimensi utama. Model ini banyak digunakan dalam penelitian jasa karena mampu menjelaskan secara komprehensif bagaimana pelanggan menilai kualitas layanan. Annisa et al. (2023) menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang kuat dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga SERVQUAL menjadi pendekatan yang relevan dalam menganalisis kualitas pelayanan di sektor restoran.

### **Indikator Kualitas Pelayanan**

Indikator kualitas pelayanan dalam penelitian ini meliputi lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance (Ajum & P, 2026). Tangibles berkaitan dengan aspek fisik seperti fasilitas dan penampilan staf, empathy mencerminkan perhatian personal terhadap pelanggan, reliability mengacu pada keandalan dalam memberikan layanan, responsiveness menunjukkan kecepatan dan ketanggapan staf, serta assurance berkaitan dengan kompetensi dan rasa aman yang diberikan kepada pelanggan. Penelitian Siantry et al. (2024) menunjukkan bahwa kelima dimensi ini secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya dalam interaksi langsung antara pramusaji dan tamu.

---

## **Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir dalam penelitian ini menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dengan kepuasan tamu sebagai variabel dependen (Y). Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas pelayanan yang mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan akan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan melalui dimensi SERVQUAL, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan tamu yang dihasilkan, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut bersifat positif dan saling memengaruhi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, karena bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan tamu (Y). Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, mengingat penelitian ini hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan tamu secara objektif melalui pengolahan data statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung ke Max-Max Bogor Café & Resto, dengan jumlah kunjungan sebanyak 100.740 pelanggan berdasarkan data manajemen periode 2021–2024. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (margin of error) sebesar 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sampel ini dianggap telah mewakili populasi untuk kepentingan analisis penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah melakukan pembelian dan menikmati layanan secara langsung (dine-in) di Max-Max Bogor Café & Resto.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner tertutup sebagai instrumen utama. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur persepsi responden terhadap kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan yang dirasakan. Data yang diperoleh berupa data primer yang dikumpulkan langsung dari responden, sehingga dapat memberikan gambaran empiris mengenai kondisi pelayanan di Max-Max Bogor Café & Resto. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahapan, yaitu: (1) Uji Validitas, digunakan untuk mengetahui sejauh mana item kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Item dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel atau nilai signifikansi  $<$  0,05; (2) Uji Reliabilitas, digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha  $>$  0,60; (3) Analisis Regresi Linier Sederhana, digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan tamu (Y) dengan model persamaan  $Y = a + bX$ ; (4) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan tamu; (5) Uji Parsial (Uji  $t$ ), digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan tamu secara individu; (5) Uji Simultan (Uji  $F$ ), digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, meskipun dalam penelitian ini hanya terdapat satu variabel independen sehingga uji ini bersifat pelengkap dalam analisis.

---

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	49	45%
	Perempuan	60	55%
Usia	<20 Tahun	19	17%
	21–30 Tahun	50	46%
	31–40 Tahun	31	28%
	>40 Tahun	9	8%
Status	Belum Menikah	73	67%
	Menikah	28	26%
	Lainnya	8	7%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	38	35%
	Pegawai Swasta	22	20%
	PNS	14	13%
	Wiraswasta	13	12%
	Lainnya	22	20%

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel karakteristik responden, mayoritas responden didominasi oleh perempuan (55%) dan berada pada rentang usia 21–30 tahun (46%), yang menunjukkan bahwa segmen utama pelanggan adalah kelompok usia produktif. Selain itu, sebagian besar responden berstatus belum menikah (67%) dan didominasi oleh pelajar/mahasiswa (35%), sehingga dapat disimpulkan bahwa target pasar utama Max-Max Bogor Café & Resto adalah generasi muda. Karakteristik ini juga sejalan dengan pola konsumsi kuliner modern yang cenderung menjadikan kafe sebagai tempat bersosialisasi.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1–X15	0,531 – 0,734	0,188	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1–Y5	0,279 – 0,510	0,188	Valid

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,188), sehingga seluruh item dinyatakan valid. Hal ini berarti instrumen penelitian mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,900	Sangat Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,723	Reliabel

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai Cronbach's Alpha pada kedua variabel berada di atas 0,60, yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik. Variabel kualitas pelayanan bahkan memiliki reliabilitas sangat tinggi (0,900), sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh bersifat stabil dan dapat dipercaya.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

R	R <sup>2</sup>	Interpretasi
0,753	0,567	56,7%

Sumber: Data diolah (2025)

Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,567 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan sebesar 56,7% variasi kepuasan konsumen, sedangkan sisanya sebesar 43,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 5. Uji Parsial

Variabel	t Hitung	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	11,84 (±)	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh nyata dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Tabel 6. Uji Simultan

F Hitung	Sig	Keterangan
140,364	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga model regresi dinyatakan signifikan. Hal ini berarti kualitas pelayanan secara keseluruhan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga model penelitian layak digunakan.

## Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis alternatif (H<sub>a</sub>) diterima dan hipotesis nol (H<sub>0</sub>) ditolak. Pengaruh signifikan ini terjadi karena kualitas pelayanan mencerminkan pengalaman langsung yang dirasakan pelanggan, terutama melalui dimensi SERVQUAL seperti responsiveness, reliability, dan empathy. Ketika pelayanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka akan tercipta kepuasan sebagaimana dijelaskan dalam Expectancy Disconfirmation Theory.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian, Siantry et al. (2024) juga menemukan bahwa seluruh dimensi SERVQUAL memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen restoran. Penelitian Sukadri et al. (2019) turut memperkuat temuan ini dengan menyatakan bahwa service quality memiliki hubungan kuat terhadap customer satisfaction. Selanjutnya, Annisa et al. (2023) membuktikan bahwa pelayanan

---

waiter/waitress berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta Siregar et al. (2025). yang menemukan bahwa kualitas pelayanan menjadi faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di sektor hospitality.

Secara empiris, pengaruh signifikan ini disebabkan karena pelanggan tidak hanya menilai produk makanan, tetapi juga keseluruhan pengalaman layanan. Dimensi seperti kecepatan pelayanan (responsiveness) dan ketepatan pesanan (reliability) menjadi faktor krusial dalam membentuk persepsi pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan di MAX-MAX Bogor Café & Resto berada pada kategori tinggi dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Karakteristik responden yang didominasi oleh usia produktif (21–30 tahun) dan pelajar/mahasiswa menunjukkan bahwa segmen pasar utama berasal dari kalangan muda. Secara statistik, hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen tergolong kuat dengan kontribusi sebesar 56,7%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti harga, suasana, dan kualitas produk. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, meskipun masih terdapat aspek tertentu seperti kecepatan pelayanan yang perlu dioptimalkan.

### **Saran**

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pihak manajemen MAX-MAX Bogor Café & Resto lebih fokus pada peningkatan aspek responsiveness, khususnya dalam mempercepat waktu penyajian dan meningkatkan koordinasi antar staf agar pelayanan lebih efisien. Selain itu, perlu dikembangkan strategi retensi pelanggan seperti program loyalitas untuk meningkatkan kunjungan ulang, mengingat masih banyak pelanggan yang baru pertama kali datang. Penyesuaian antara harga dan kualitas layanan juga perlu diperhatikan agar pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sebanding. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel lain seperti kualitas produk, harga, atau citra merek serta menggunakan metode yang lebih luas seperti penelitian longitudinal agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan di industri kuliner

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ainayya, L., & Ikhsani, S. S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Food and Beverage terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Grand Savero Bogor. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(3), 28-30. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v5i3.50720>
- Ajum, G. G., & P., N. N. (2026). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan pada Restoran Mutiara Baru dengan Menggunakan Metode SERVQUAL (Service Quality). *Sudo Jurnal Teknik Informatika*, 4(4), 389–403. <https://doi.org/10.56211/sudo.v4i4.1429>
- 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>
- Apriyani, D. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Café Coffee Shop Di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 51(2), 1-7.
- Azzahra, M. N., & Muhartini Salim. (2025). The Influence of Service Quality on Customer Loyalty: Expectancy-Disconfirmation Approach. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 5(2), 1895-1910. <https://doi.org/10.55927/ijba.v5i2.14090>
- Banowati, B., Nurhayati, P., & Asikin, Z. (2025). Analysis of Service Quality on Community Satisfaction of Bogor Regency BAPPENDA Taxpayers. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 6(5), 3804-3816. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v6i5.5213>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Parasuraman, A., V. A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Putranto, D., & Himawati, P. E. (2025). Analisis Perilaku Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian serta Kepuasan Pelanggan di Djenak Dine and Chill Restaurant Klaten. (2025). *Journal Management SMC*, 3(2). <https://doi.org/10.3333/lbs.v11i2.98>
- Siregar, A. F. R., Halim, A., & Indra, A. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Café. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(4), 1900-1912. DOI:10.60036/jbm.676
- Siantry, A., Untari, D. T., & Miswan, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Karoseri PT. Adhikarisma Pratama. *Digital Bisnis Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(1), 211-222. DOI:10.30640/digital.v3i1.2202
- Sukadri, A., Hidayati, T., & Indriastuti, H. (2019). Pengaruh servqual terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan restoran cepat saji (kfc) di kota samarinda cabang hasan basri. *JIMM: Jurnal Ilmiah Manajemen Mulawarman*, 4(4). <https://doi.org/10.29264/jimm.v4i4.4780>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.