

PENGARUH SUASANA DAN KEBERSIHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KASTA COFFEE & RESTO BATU AJI BATAM

Etika Refikanzyah

Program Studi Manajemen Tata Hidang, Politeknik Pariwisata Batam
etikarefikanzyah@btp.ac.id

Moh. Thandzir

Program Studi Manajemen Tata Hidang, Politeknik Pariwisata Batam
thanzir@btp.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of atmosphere and cleanliness on customer satisfaction at Kasta Coffee & Resto Batu Aji, Batam. The background of this research is based on the rapid development of the culinary industry and the increasing lifestyle of people who enjoy spending leisure time in cafes. Customers no longer seek only good taste but also a complete dining experience. Therefore, atmosphere and cleanliness play an important role in creating customer satisfaction. The research problem focuses on whether atmosphere and cleanliness partially and simultaneously affect customer satisfaction. This study uses a quantitative method with a probability sampling technique. The population consisted of 6,728 customers from May to June 2025, and the sample of 100 respondents was determined using the Slovin formula with a 10% margin of error. Data were collected through questionnaires distributed to customers of Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam and then analyzed using SPSS version 25. The results show that atmosphere has a positive and significant influence on customer satisfaction. Cleanliness also has a positive and significant influence on customer satisfaction. Simultaneously, both atmosphere and cleanliness significantly affect customer satisfaction. The coefficient of determination (R^2) value of 0.636 indicates that 63.6% of customer satisfaction is explained by atmosphere and cleanliness, while the remaining 36.4% is explained by other factors not examined in this study. In conclusion, to improve customer satisfaction, Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam should maintain a consistent atmosphere, especially during peak hours, and enhance cleanliness in public areas such as dining tables, floors, outdoor areas, and restrooms.

Keywords: Atmosphere, Cleanliness, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kuliner, khususnya kafe dan restoran, saat ini berkembang sangat pesat seiring dengan meningkatnya gaya hidup masyarakat yang gemar bersantai di kafe (Tjiptono, 2014). Pelanggan saat ini tidak hanya mencari rasa makanan dan minuman yang enak, tetapi juga pengalaman bersantap yang menyeluruh dan berkesan. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci dalam daya saing bisnis.

Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam merupakan salah satu kafe populer di wilayah Batu Aji yang menawarkan konsep interior nyaman serta hiburan *live music* sebagai daya tarik utama. Berdasarkan observasi awal, kafe ini memiliki jumlah pengunjung yang cukup tinggi dengan total 6.728 pelanggan selama periode Mei hingga Juni 2025 (Refikanzyah, 2025). Kafe ini juga dinilai mampu menjaga kebersihan dan menciptakan suasana yang nyaman. Namun, sejauh mana suasana dan kebersihan

berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan di kafe ini belum diketahui secara pasti.

Beberapa kafe di Batam masih menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi suasana dan kebersihan, terutama pada jam-jam sibuk. Suasana yang kurang nyaman atau kebersihan yang buruk dapat menurunkan kepuasan pelanggan dan berdampak pada minat berkunjung kembali (Harjanto, 2010; Setiawan, 2024). Kondisi ini menjadi perhatian penting bagi pengelola Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam untuk terus mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanan.

Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh suasana dan kebersihan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui pengaruh suasana terhadap kepuasan pelanggan, (2) untuk mengetahui pengaruh kebersihan terhadap kepuasan pelanggan, dan (3) untuk mengetahui pengaruh suasana dan kebersihan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil

penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pengelola kafe dalam melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas pelayanan, serta meningkatkan daya saing usaha.

METODE

2.1 Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain kausal asosiatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara statistik (Sugiyono, 2019). Desain kausal asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara suasana (X1) dan kebersihan (X2) sebagai variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Penelitian ini dilakukan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam pada bulan November 2025. Tidak ada modifikasi pada desain ini karena telah sesuai dengan tujuan penelitian untuk menguji pengaruh antar variabel.

2.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah berkunjung ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam selama periode Mei hingga Juni 2025, yang berjumlah 6.728 orang (Refikanzyah, 2025). Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, di mana setiap pelanggan memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% (0,1) (Slovin, 1960 dalam Sugiyono, 2019). Perhitungan: $n = 6.728 / (1 + 6.728 \times 0,1^2) = 98,54$ yang dibulatkan menjadi 100 responden. Karakteristik responden meliputi: (a) pernah mengunjungi Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam, dan (b) berusia di atas 15 tahun. Tidak ada modifikasi pada teknik ini.

Tabel 3. 1 Data Pengunjung Mei - Juni 2025

Bulan	Jumlah Pelanggan	Pendapat
Mei 2025	3.120	Rp 470.000.000
Juni 2025	3.608	Rp 530.000.000
Total	6.728	Rp 1.000.000.000

Sumber: Data perusahaan diolah, 2025

2.3 Instrumen, Teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data

Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 5 poin (1=Sangat Tidak Setuju hingga

5=Sangat Setuju) (Likert, 1932 dalam Riduwan, 2010). Kuesioner memuat 9 pernyataan untuk variabel suasana (indikator: visual, auditory, olfactory, spatial/temperature), 8 pernyataan untuk kebersihan (indikator: kualitas udara dan air, pembuangan limbah, kondisi tempat umum, kebersihan makanan), dan 10 pernyataan untuk kepuasan pelanggan (indikator: kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, biaya dan kemudahan) (Utami, 2010; Chandra, 2007; Tjiptono, 2014). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner (Google Form), wawancara singkat, serta studi pustaka. Uji instrumen meliputi uji validitas (korelasi Pearson Product Moment, $r \text{ tabel} = 0,197$) dan uji reliabilitas (Cronbach's Alpha $> 0,60$) (Ghozali, 2018). Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10), serta uji heteroskedastisitas (uji Glejser). Analisis data menggunakan regresi linier berganda ($Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$) dan uji hipotesis meliputi uji t parsial, uji F simultan, serta koefisien determinasi R^2 (Sugiyono, 2019). Seluruh analisis dibantu dengan program SPSS versi 25. Tidak ada modifikasi pada prosedur analisis

Tabel 3. 4 Skala Likert

Kategori Penelitian	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

data.

Sumber: Riduwan (2010)

PEMBAHASAN

Hasil-1

3.1 Pengaruh Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, variabel suasana (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,530 dengan nilai t hitung (6,109) $>$ t tabel (1,985) dan nilai signifikansi $<$ 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Semakin baik suasana yang dirasakan pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan mereka.

Temuan ini terjadi karena suasana di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam mencakup pencahayaan yang nyaman, tata letak ruangan yang rapi, dekorasi interior yang menarik, serta adanya *live music* yang menjadi daya tarik utama. Pelanggan yang datang tidak hanya mencari makanan dan minuman,

tetapi juga pengalaman bersantap yang menyenangkan. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Utami (2010) bahwa suasana toko yang baik dapat membangkitkan emosi positif seperti nyaman dan rileks, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, temuan ini juga mendukung penelitian sebelumnya oleh Hidayat (2024) yang menyatakan bahwa suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Sudut Lagi, serta penelitian Safitri (2021) di Kedai Filosofi Kopi Yogyakarta. Dengan demikian, pengelola Kasta Coffee & Resto perlu mempertahankan dan meningkatkan konsistensi suasana, terutama pada jam-jam sibuk agar pelanggan tetap merasa nyaman.

Sumber: Utami (2010); Chandra (2007); Tjiptono (2014)

Tabel 3. 2 Variabel Bebas

Variabel Bebas (<i>Independent</i>)	Indikator	Skala
Suasana (X1) Menurut Walgito (2004) suasana merupakan hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya yang dapat menghasilkan persepsi tertentu, baik itu rasa nyaman, tenang ataupun sebaliknya	Menurut Christina Whidya Utami (2010) menekankan indikator suasana adalah sebagai berikut : 1. <i>Visual</i> (penglihatan) 2. <i>Auditory</i> (pendengaran) 3. <i>Olfactory</i> (penciuman) 4. <i>Spatial/Temperature</i> (ruang dan suhu)	Likert
Kebersihan (X2) Menurut Notoatmodjo (2007) kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran, termasuk debu, sampah bau dan hal lain yang bisa menyebabkan gangguan baik fisik maupun psikologis.	Menurut Budiman Chandra (2007) menegaskan indikator kebersihan adalah sebagai berikut: 1. Kualitas udara dan air 2. Pembuangan limbah 3. Kondisi rumah dan tempat umum	Likert

Tabel 3. 3 Variabel Terikat

Variabel terikat (<i>Dependent</i>)	Indikator	Skala
Kepuasan pelanggan (Y) Menurut Supranto (2011) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja yang mereka rasakan dengan ekapetasiannya.	Menurut Tjiptono (2014) kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator utama sebagai berikut : 1. Kualitas produk 2. Kualitas pelayanan 3. Faktor emosional 4. Harga 5. Biaya dan kemudahan	Likert

Hasil-2 3.2 Pengaruh Kebersihan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, variabel kebersihan (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,380 dengan nilai t hitung (3,941) > t tabel (1,985) dan nilai signifikansi < 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.287	2.563		3.623	<.001
	Suasana	.530	.087	.524	6.109	<.001
	Kebersihan	.380	.096	.338	3.941	<.001

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

Tabel 4. 13 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.287	2.563		3.623	<.001
	Suasana	.530	.087	.524	6.109	<.001
	Kebersihan	.380	.096	.338	3.941	<.001

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data perusahaan diolah, 2025

Temuan ini terjadi karena kebersihan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam meliputi kebersihan area makan, toilet, pengelolaan sampah, kualitas air, serta kebersihan peralatan makan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan manajer (Agus Fuad, 2025), kafe ini memiliki standar kebersihan yang ketat, seperti pembersihan toilet dua kali sehari (siang dan malam), *clear up* meja segera setelah pelanggan pergi, serta kebersihan dapur yang dijaga oleh *staff opening* dan *closing*. Pelanggan merasa aman dan nyaman ketika lingkungan kafe bersih, karena kebersihan memberikan rasa percaya terhadap kualitas makanan dan minuman yang disajikan. Hal ini sejalan dengan pendapat Notoatmodjo (2007) bahwa kebersihan adalah keadaan bebas dari kotoran yang memengaruhi kenyamanan psikologis seseorang.

Penelitian ini juga mendukung temuan Harjanto (2010) bahwa kebersihan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Restoran Mamamia Semarang, serta penelitian Setiawan (2024) di Miniresto Dyno Chicken. Oleh karena itu, pengelola perlu terus meningkatkan kebersihan area umum seperti lantai, area outdoor, dan toilet agar kepuasan pelanggan tetap terjaga.

3.3 Pengaruh Simultan Suasana dan Kebersihan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar $84,713 > F$ tabel (3,09) dengan nilai signifikansi $< 0,001$. Hal ini membuktikan bahwa suasana dan kebersihan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,636 menunjukkan bahwa 63,6% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, sedangkan sisanya 36,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti harga, kualitas pelayanan, atau faktor emosional lainnya (Tjiptono, 2014).

Tabel 4. 14 Hasil Uji F

ANOVA*						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1319.561	2	659.780	84.713	<.001 ^b
	Residual	755.479	97	7.788		
	Total	2075.040	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kebersihan, Suasana						

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 ^a	.636	.628	2.791
a. Predictors: (Constant), Kebersihan, Suasana				

Sumber: Data perusahaan diolah, 2025

Temuan ini terjadi karena suasana dan kebersihan merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Suasana yang nyaman tanpa didukung kebersihan yang baik tidak akan menciptakan kepuasan yang optimal, begitu pula sebaliknya. Pelanggan yang datang ke Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam tidak hanya menikmati live music dan dekorasi interior yang estetik, tetapi juga merasa aman karena lingkungan yang bersih dan terawat. Hasil wawancara dengan pelanggan (Benny Lu, 2025) mengungkapkan bahwa ia merasa sangat puas karena suasana nyaman dan kebersihan terjaga, serta menyatakan akan kembali dan merekomendasikan kafe ini kepada orang lain.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Harjanto (2010) yang menemukan bahwa faktor lingkungan seperti suasana dan kebersihan secara simultan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan restoran. Selain itu, penelitian Syaripudin (2021)

di Pasar Segar Paal Dua Manado juga membuktikan bahwa kebersihan dan kenyamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, pengelola Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas suasana dan kebersihan secara bersamaan, karena kedua faktor ini memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Sebagai penutup, penelitian ini membuktikan bahwa suasana dan kebersihan merupakan faktor kunci dalam menciptakan kepuasan pelanggan di industri kafe dan restoran. Pengelola disarankan untuk melakukan evaluasi rutin terhadap kedua faktor ini, terutama pada jam-jam sibuk, serta meningkatkan pelayanan staff dan kebersihan area umum. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain seperti harga, kualitas produk, atau kualitas pelayanan guna mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

4.1 Pengaruh Suasana terhadap Kepuasan Pelanggan

Suasana berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung (6,109) $> t$ tabel (1,985) dan nilai signifikansi $< 0,001$. Koefisien regresi sebesar 0,530 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel suasana akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,530 satuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik suasana yang diciptakan oleh kafe, meliputi pencahayaan, tata letak ruangan, dekorasi interior, musik *live*, aroma, serta kenyamanan suhu dan ruang, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Oleh karena itu, suasana merupakan faktor penting yang tidak dapat diabaikan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.2 Pengaruh Kebersihan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kebersihan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung (3,941) $> t$ tabel (1,985) dan nilai signifikansi $< 0,001$. Koefisien regresi sebesar 0,380 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel

kebersihan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,380 satuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kebersihan yang dijaga oleh kafe, meliputi kualitas udara dan air, pengelolaan limbah, kebersihan area makan dan toilet, serta kebersihan makanan dan peralatan makan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Kebersihan memberikan rasa aman dan nyaman, serta membangun kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk yang disajikan.

4.3 Pengaruh Simultan Suasana dan Kebersihan terhadap Kepuasan Pelanggan

Suasana dan kebersihan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $(84,713) > F$ tabel $(3,09)$ dan nilai signifikansi $< 0,001$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,636 menunjukkan bahwa 63,6% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh suasana dan kebersihan, sedangkan sisanya sebesar 36,4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas pelayanan, kualitas produk, atau faktor emosional lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa suasana dan kebersihan merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Pengelola kafe perlu memperhatikan kedua faktor ini secara bersamaan karena keduanya memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa suasana dan kebersihan memiliki peran yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Kasta Coffee & Resto Batu Aji Batam, baik secara parsial maupun simultan. Hasil ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola kafe dalam melakukan evaluasi dan peningkatan kualitas layanan, serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (1996). *Pengantar Psikologi Lingkungan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chandra, B. (2007). *Pengantar Kesehatan Lingkungan*. Jakarta: EGC.
- Depkes RI. (2004). *Kebijakan Dasar Pusat Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Departemen Kesehatan Republik Indonesia.
- Ferdi Hermansyah. (2025). Pengaruh Suasana Kafe terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 12(1), 45-52.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, D. N. (2003). *Basic Econometrics*. New York: McGraw-Hill.
- Harjanto, R. N. (2010). Analisis Pengaruh Harga Produk, Kebersihan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mamamia Cabang Mrican Semarang. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Y. (2024). Pengaruh Cita Rasa dan Suasana terhadap Kepuasan Konsumen pada Kafe Sudut Lagi Kecamatan Banggae Timur Kabupaten Majene. *Skripsi*. Majene: Universitas Muhammadiyah Majene.
- Irawan, H. (2003). *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, S. (2007). *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Notoatmodjo, S. (2011). *Kesehatan Masyarakat: Ilmu dan Seni*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Poerwadarminta, W. J. S. (2006). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rahmasari, L. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 120-130.
- Riduwan. (2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Safitri, J. N. (2021). Pengaruh Suasana Kafe, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Filosofi Kopi Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

- Santoso, S. (2018). *Panduan Lengkap SPSS Versi 25*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, A. (2011). *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunaryo. (2004). *Psikologi untuk Keperawatan*. Jakarta: EGC.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syaripudin, J. (2021). Pengaruh Kebersihan dan Kenyamanan di Pasar Segar Paal Dua Manado terhadap Kepuasan Konsumen. *Skripsi*. Manado: Universitas Sam Ratulangi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service Management: Meningkatkan Layanan Prima*. Jakarta: Andi.
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Walgito, B. (2004). *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Andi.