



Vol. 12 No. 2 Mei 2025

e-ISSN: 2986-8289; p-ISSN: 2986-707X, Hal 109-120

DOI: <https://doi.org/10.59603/projemen.v12i1.669>

Available online at: <https://ejournal-nipamof.id/index.php/PROJEMEN>

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SULTAN DRINK

Nirwana Sampara

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ichsan Sidenreng Rappang

[nirwanadjohan2409@gmail.com](mailto:nirwanadjohan2409@gmail.com)

### *Abstract.*

*This study aims to analyze the influence of service quality on customer satisfaction at Sultan Drink in Soreang District, Parepare City. Service quality is measured through five main dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. A quantitative approach was employed using a survey method, with data collected through questionnaires. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS software. The results show that both partially and simultaneously, all five dimensions of service quality have a significant influence on customer satisfaction. Among them, the reliability dimension has the most dominant effect. The coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.800, indicating that 80% of the variation in customer satisfaction can be explained by service quality, while the remaining 20% is influenced by other factors outside the model. These findings highlight the importance of improving overall service quality, particularly in reliability, to enhance and sustain customer satisfaction.*

*Keywords: service quality, customer satisfaction, multiple linear regression, Sultan Drink*

### **Abstrak.**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha minuman *Sultan Drink* di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Kualitas pelayanan diukur melalui lima dimensi utama yaitu bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan pelanggan *Sultan Drink*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, kelima dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi keandalan memiliki pengaruh paling dominan. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,800 mengindikasikan bahwa 80% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 20% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan mutu pelayanan secara menyeluruh, khususnya dalam aspek keandalan, untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, regresi linear berganda, *Sultan Drink*

## LATAR BELAKANG

Tren konsumsi minuman kekinian berkembang pesat di berbagai daerah di Indonesia (Halma & Riski, 2021; Suparman et al. 2024) termasuk di Kota Parepare. Pergeseran gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda, telah mendorong tumbuhnya berbagai usaha kuliner, termasuk usaha minuman dengan konsep kekinian yang tidak hanya menonjolkan cita rasa, tetapi juga pelayanan yang menarik dan suasana yang nyaman (Eva et al. 2024; Pertiwi, 2022). Salah satu pelaku usaha yang hadir dalam dinamika tersebut adalah *Sultan Drink*, sebuah usaha mikro yang beroperasi di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Usaha ini cukup dikenal di kalangan masyarakat lokal karena inovasi produknya dan strategi pemasaran yang menasar segmen anak muda dan keluarga.

Seiring dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha serupa, kompetisi dalam industri minuman kekinian semakin ketat (Dahlia et al., 2024). Pelanggan memiliki banyak pilihan, dan keputusan untuk membeli tidak hanya ditentukan oleh harga atau produk semata, melainkan juga oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan memegang peran strategis dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelayanan yang prima dapat menciptakan kesan positif, membangun kepercayaan, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan (Roynaldus et al., 2023).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting keberhasilan usaha di sektor jasa. Kepuasan timbul ketika harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan terpenuhi atau bahkan terlampaui. Dalam teori pemasaran modern, kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi tujuan akhir, tetapi juga menjadi bagian dari proses berkelanjutan dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelaku usaha dan konsumennya (Rita, 2025). Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan menjadi sangat penting, khususnya dalam konteks usaha kecil dan menengah (UKM) seperti *Sultan Drink*.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor dominan yang terbukti berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan (Herlambang & Komara, 2021; Ramadhan et al, 2023). Menurut model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) yang dikutip dari beberapa penelitian, terdapat lima dimensi utama dalam kualitas pelayanan, yaitu keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Kelima dimensi ini mencerminkan bagaimana suatu layanan diberikan, bagaimana karyawan memperlakukan pelanggan, serta bagaimana

lingkungan fisik mendukung pengalaman pelayanan (Awaluddin et al., 2024). Dalam praktiknya, jika *Sultan Drink* mampu memenuhi standar pelayanan yang baik berdasarkan lima dimensi tersebut, maka kemungkinan besar pelanggan akan merasa puas dan termotivasi untuk kembali.

Namun, di tengah tingginya potensi usaha minuman kekinian di Parepare, masih terdapat kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan oleh pelanggan. Keluhan mengenai keterlambatan pelayanan, kurangnya responsif dari karyawan, atau tidak konsistennya produk menjadi tantangan tersendiri (Simanjuntak & Sembiring, 2024). Selain itu, belum terdapat kajian ilmiah yang secara spesifik meneliti bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh usaha seperti *Sultan Drink* berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan di wilayah Parepare. Padahal, studi semacam ini sangat penting untuk memberikan masukan berbasis data dan analisis kepada pelaku usaha lokal dalam menyusun strategi peningkatan mutu layanan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Sultan Drink* di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Penelitian ini tidak hanya relevan secara praktis bagi pengusaha dan pelaku UMKM setempat, tetapi juga memiliki nilai akademik dalam memperkaya literatur terkait kualitas layanan dan perilaku konsumen pada skala usaha kecil. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan rekomendasi strategis yang aplikatif untuk meningkatkan kualitas layanan dan memperkuat daya saing usaha di pasar lokal maupun regional.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sesuai model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dan dikutip Sinollah & Masruroh (2019) bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama yang dikenal sebagai model SERVQUAL, yaitu:

1. Bukti fisik (tangibles): mencakup penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan personel.
2. Keandalan (reliability): kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat.
3. Ketanggapan (responsiveness): kesiapan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan.

4. Jaminan (assurance): pengetahuan dan sikap sopan karyawan yang membangun rasa percaya dan aman.
5. Empati (empathy): perhatian personal yang diberikan kepada pelanggan.

Kotler dan Keller (2016) menambahkan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional pelanggan, tetapi juga membangun hubungan emosional yang dapat meningkatkan retensi dan *word of mouth* positif. Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi indikator kunci dalam menilai keberhasilan strategi pemasaran jasa.

### **Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan antara harapan dan pengalaman aktual atas suatu produk atau layanan (Kotler & Keller, 2016). Bila layanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, bila layanan di bawah harapan, pelanggan akan kecewa. Menurut Gultom et al. (2020), kepuasan pelanggan merupakan hasil dari evaluasi kognitif dan afektif terhadap layanan yang diberikan, dan merupakan dasar penting dalam menciptakan loyalitas jangka panjang. Tingkat kepuasan ini dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan faktor lingkungan fisik.

### **Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan**

Berbagai penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Rojuaniah et al. (2024) menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin besar kemungkinan pelanggan tersebut merasa puas. Hubungan ini juga diperkuat oleh Awaluddin et al. (2024), yang menyatakan bahwa dimensi-dimensi SERVQUAL memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi kepuasan pelanggan.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Sultan Drink* di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang dipilih secara purposive sampling, yaitu pelanggan yang telah melakukan pembelian minimal dua kali dalam satu bulan terakhir. Variabel

independen dalam penelitian ini terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan berdasarkan model SERVQUAL, yaitu: keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangibles). Variabel dependen adalah kepuasan pelanggan. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan ( $e$ ) sebesar 10%, dari total populasi pelanggan rata-rata bulanan. Instrumen kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum analisis data dilakukan. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment, sedangkan reliabilitas diuji menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dengan bantuan software SPSS.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan *Sultan Drink* di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Jumlah responden sebanyak 77 orang yang dipilih dengan teknik accidental sampling. Responden terdiri dari pelanggan tetap dan pelanggan baru yang pernah menikmati layanan Sultan Drink. Mayoritas responden berusia 18–30 tahun, didominasi oleh pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda. Penelitian ini terdiri atas dua jenis variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (X) adalah kualitas pelayanan, yang diukur melalui lima dimensi utama berdasarkan teori SERVQUAL, yaitu: bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Dimensi bukti fisik mencakup penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, dan kebersihan tempat usaha. Keandalan mengacu pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan andal. Ketanggapan mencerminkan kesediaan dan kecepatan karyawan dalam membantu pelanggan dan merespon permintaan. Jaminan terkait dengan pengetahuan dan sikap sopan karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, empati menunjukkan perhatian dan kepedulian yang diberikan kepada setiap pelanggan secara personal. Adapun variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan, yang mencerminkan tingkat kesenangan atau ketidakpuasan pelanggan setelah mengonsumsi produk dan menerima pelayanan. Kepuasan ini dipengaruhi oleh harapan awal pelanggan dan pengalaman aktual selama menerima pelayanan. Seluruh variabel diukur menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju (1) hingga

sangat setuju (5), dan kemudian dianalisis untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di Sultan Drink.

### Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan output regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = -3,877 + 0,418X_1 + 0,447X_2 + 0,266X_3 + 0,325X_4 + 0,301X_5$  yang menjelaskan bahwa Semua variabel kualitas pelayanan menunjukkan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Variabel keandalan memiliki pengaruh paling dominan. Artinya, jika manajemen *Sultan Drink* ingin meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan, maka prioritas perbaikan sebaiknya dimulai dari peningkatan aspek keandalan layanan.

#### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil uji menunjukkan nilai R Square = 0,800 dan Adjusted R Square = 0,785. Artinya, sebesar 80% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 20% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Statistik	Nilai
R (Korelasi)	0,894
R Square ( $R^2$ )	0,800
Adjusted R Square	0,785
Std. Error of the Estimate	1,279

Nilai  $R^2 = 0,800$  menunjukkan bahwa 80% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh lima variabel independen, yaitu: Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati. Adjusted  $R^2 = 0,785$  menunjukkan tingkat penyesuaian model yang baik terhadap jumlah variabel dan jumlah sampel. Ini penting karena adjusted  $R^2$  mempertimbangkan kompleksitas model. Model regresi ini memiliki daya jelaskan yang sangat kuat, karena mampu menjelaskan 80% variasi kepuasan pelanggan melalui dimensi kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara umum adalah penentu utama kepuasan pelanggan pada *Sultan Drink* Kecamatan Soreang, Kota Parepare.

#### 2. Uji Parsial (Uji t)

Tujuan dari uji-t adalah untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen (dimensi kualitas pelayanan) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan). Berikut ringkasan hasil uji-t berdasarkan tabel output:

Variabel	Koefisien B	Std. Error	t-hitung	Sig. (p-value)	Keterangan
(Konstanta)	-3,877	0,958	-4,048	0,000	Signifikan
Bukti Fisik	0,418	0,076	5,507	0,000	Signifikan
Keandalan	0,447	0,079	5,698	0,000	Signifikan
Ketanggapan	0,266	0,084	3,157	0,002	Signifikan
Jaminan	0,325	0,088	3,709	0,000	Signifikan
Empati	0,301	0,080	3,741	0,000	Signifikan

Nilai signifikansi (Sig.) untuk semua variabel independen  $< 0,05$ , menunjukkan bahwa masing-masing dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai t-hitung seluruh variabel lebih besar dari t-tabel (sekitar 1,984 untuk  $n=50$ ,  $\alpha=0,05$ ), maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) diterima untuk semua variabel. Variabel dengan pengaruh paling kuat secara parsial (dilihat dari nilai t-hitung tertinggi) adalah Keandalan ( $t = 5,698$ ) sebagai aspek paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Selanjutnya Bukti Fisik ( $t = 5,507$ ). Kelima dimensi kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Sultan Drink*. Artinya, peningkatan pada aspek-aspek seperti keandalan, ketanggapan, empati, jaminan, dan tampilan fisik layanan akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara nyata.

### 3. Uji Simultan (Uji F)

Tabel ANOVA menunjukkan:

Sumber Variasi	Jumlah Kuadrat (Sum of Squares)	df	Mean Square	F Hitung	Sig. (p-value)
Regresi	463,367	5	92,673	56,642	0,000
Residual/Error	116,165	71	1,636		
Total	579,532	76			

Berdasarkan hasil uji ANOVA diperoleh  $F$  hitung = 56,642 dengan Signifikansi = 0,000 ( $< 0,05$ ) Hal ini menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan (5 dimensi SERVQUAL) dengan kepuasan pelanggan yang relevan dan mampu menggambarkan variasi dalam kepuasan pelanggan secara komprehensif. Artinya, semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Sultan Drink* di Kecamatan Soreang, Kota Parepare.

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa :

a) Pengaruh Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji  $t$  menunjukkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0,418 dan nilai signifikansi 0,000. Ini menunjukkan bahwa peningkatan aspek-aspek fisik seperti kebersihan gerai, penampilan karyawan, serta kenyamanan tempat berkontribusi nyata terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Siti (2023) dan Siaputra (2024), yang menyatakan bahwa tampilan fisik merupakan aspek penting dalam persepsi mutu layanan.

b) Pengaruh Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel keandalan memiliki nilai koefisien terbesar yaitu 0,447 dengan signifikansi 0,000, menunjukkan bahwa keandalan merupakan dimensi yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya, kemampuan *Sultan Drink* dalam menyajikan produk sesuai pesanan, tepat waktu, dan konsisten secara langsung meningkatkan kepuasan pelanggan. Hasil ini konsisten dengan studi Kezia et al. (2024) yang menekankan keandalan sebagai faktor kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan.

c) Pengaruh Ketanggapan terhadap Kepuasan Pelanggan

Variabel ketanggapan juga berpengaruh signifikan (koefisien 0,266; sig. 0,002). Ini mengindikasikan bahwa kecepatan dan kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan berkontribusi positif terhadap kepuasan. Pelanggan cenderung merasa dihargai dan puas jika layanan diberikan dengan cepat dan tanggap. Hal ini mendukung penelitian Roynaldus et al.

(2023) & Hamid et al. (2020) yang menyatakan bahwa respons cepat terhadap permintaan dan keluhan pelanggan menjadi indikator penting dari pelayanan yang berkualitas.

#### d) Pengaruh Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dimensi jaminan juga menunjukkan pengaruh signifikan (koefisien 0,325; sig. 0,000), menandakan bahwa rasa aman, sopan santun karyawan, dan kompetensi pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa yakin terhadap kualitas produk dan kemampuan penyaji, kepuasan mereka akan meningkat. Temuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016) dan hasil penelitian Fadhilah & Nainggolan (2024), bahwa kepercayaan dan rasa aman merupakan landasan penting dari hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

#### e) Pengaruh Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Terakhir, variabel empati juga memiliki pengaruh signifikan (koefisien 0,301; sig. 0,000). Pelanggan merasakan kepuasan lebih tinggi ketika karyawan menunjukkan perhatian pribadi, memahami kebutuhan mereka, dan bersikap ramah. Ini menegaskan pentingnya interaksi personal dalam menciptakan pengalaman layanan yang menyenangkan (Atmodjo & Dewi, 2025).

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan regresi linear berganda, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi yaitu: bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati, berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Sultan Drink di Kecamatan Soreang, Kota Parepare. Hasil uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen tersebut masing-masing berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Di antara kelima dimensi tersebut, keandalan memiliki pengaruh paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Beberapa saran berikut yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas pelayanan di *Sultan Drink*:

1. **Meningkatkan Aspek Keandalan (Reliability)**, karena keandalan terbukti menjadi dimensi yang paling dominan memengaruhi kepuasan pelanggan, maka pihak *Sultan*

*Drink* sebaiknya meningkatkan konsistensi dalam memenuhi janji layanan, seperti ketepatan waktu penyajian, ketersediaan produk, dan akurasi pesanan. Pelatihan rutin bagi karyawan tentang standar prosedur operasional juga perlu dilakukan agar pelayanan tetap stabil dan dapat diandalkan.

2. **Memperkuat Aspek Ketanggapan dan Empati**, respons cepat terhadap kebutuhan pelanggan serta sikap ramah dan perhatian yang tulus dari karyawan turut meningkatkan kepuasan. Disarankan agar manajemen memberikan pelatihan keterampilan komunikasi dan pelayanan pelanggan, agar staf mampu merespon keluhan dan permintaan pelanggan secara cepat dan empatik.
3. **Meningkatkan Bukti Fisik Gerai**, tampilan fisik seperti kebersihan tempat, kenyamanan fasilitas, serta penampilan karyawan dapat lebih ditingkatkan. Hal ini dapat menciptakan kesan profesionalisme dan kenyamanan yang mendukung pengalaman pelanggan secara menyeluruh.
4. **Menjaga dan Meningkatkan Aspek Jaminan (Assurance)**, jaminan dalam bentuk pelayanan yang aman, sopan, dan meyakinkan perlu terus dijaga. *Sultan Drink* dapat menetapkan standar etika kerja yang baik dan memastikan bahwa karyawan memiliki pengetahuan produk yang memadai agar mampu memberikan informasi dan pelayanan yang terpercaya kepada pelanggan.
5. **Penelitian Lanjutan**, disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan variabel tambahan seperti harga, promosi, atau loyalitas pelanggan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan perilaku pelanggan. Penelitian dengan metode kualitatif juga dapat dilakukan untuk menggali lebih dalam pengalaman pelanggan secara naratif.

## DAFTAR REFERENSI

- Atmodjo, N. E. H., & Dewi, I. C. 2025. Pengaruh Cafe Atmosphere, Product Quality, Dan Customer Experience Terhadap Consumer Repurchase Intention Café 4x4 Coffee Samarinda Kota Kabupaten Kutai. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1) : 3205-3229. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5567>
- Awaludin, M., Gani, A. G., & Gardenia, Y. 2024. Penerapan Model Servqual Dalam Analisis Pola kepuasan Pelanggan Pada Kualitas Pelayanan Bank X. *JSI (Jurnal Sistem Informasi) Universitas Suryadarma*, 11(2), 1–14. <https://doi.org/10.35968/jsi.v11i2.1235>

- Dahlia, Muthia Rahma Putri et al. 2024. Analisis SWOT Pada Strategi Pemasaran : Membangun Bisnis Yang Berdaya Saing (Studi Kasus UMKM Thai Tea CE ES). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK&BI)* Vol 7 No 1 : 220-227 <https://doi.org/10.37600/ekbi.v7i1.1325>
- Eva Alawiah, Risbon Sianturi, Irma Siti Anisa, Nizza Nadya Rachmani, & L. Elsakira , Trans. 2024. Edupreneurship 5.0 : Kuliner Tasikmalaya Untuk Generasi Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(6), 64-75. <https://doi.org/10.69714/6te71s87>
- Fadhilah, R. E., & Nainggolan, B. MH. 2024. Peran Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Pengalaman Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan. *INOVASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 11(1) : 150-163 <https://doi.org/10.32493/Inovasi.v11i1.p150-163.40256>
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. 2020. Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2) : 171–180 <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/5290>
- Halma & Riski, Meita Sondang. 2021. Analisis Penjualan Minuman Thai Tea Pada Toko IL.SHOP18 Di Sangatta. *JAMM : Jurnal Akuntansi Manajemen Madani* Vol 7(2) : 75-87 <https://doi.org/10.51882/jamm.v7i2.40>
- Hamid, R., Djoko Lesmana Radji, & Yulinda L. Ismail. 2020. Pengaruh Empathy dan Responsiveness Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pelanggan. *Oikos-Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis* Vol 13(1) : 27-38 <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/ONM/article/view/7105>
- Herlambang, AS. & Komara, E. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*, Vol 7, No. 2 : 56-64 <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Kezia Rostiana, Galih Tri Bawono, & Daniel Vieri. 2024. Peran Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen: Studi Kasus pada McDonald's. *Ebisnis Manajemen*, 2(4) : 60–67 <https://ejournal-nipamof.id/index.php/EBISMAN/article/view/594>
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran* (Edisi 15, Jilid 1 dan 2). Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi, Rismawardani Wahyu. 2022. Persepsi Anak Muda Di Surabaya Mengenai Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan. *Commercium* Vol 05 No. 02 : 238-248 <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/download/47850/39945/>
- Ramadhan, MA., Suhardi M. Anwar, & Andi Rizkiyah Hasbi. 2023. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi* Volume VII Nomor 2: 365-369 <https://journal.unpas.ac.id/index.php/oikos/article/view/7205/3616>
- Rita Zahara, 2025. *Membangun Kepuasan dan Loyalitas Konsumen*. Sumatera Barat : Mitra Cendekia Media
- Rojuaniah, Karin Putri Savira, Tantri Yanuar Rahmat Syah, Ikramina Larasati Hazrati Havidz, & Tang Tatang Winanta. 2024. Kualitas Pelayanan, Pengalaman, Kepuasan, dan Perilaku Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business* Vol 8, No 1: 329-336 <https://ekonomis.unbari.ac.id/index.php/ojsekonomis/article/view/1386/604>

- Roynaldus A. K. Agung, Antonius Philipus Kurniawan, & Paulus Juru. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Projemen UNIPA*, 9(2), 18–31. <https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42>
- Siaputra, H. 2024. Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Restoran XYZ Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 10(1), 13–23. <https://doi.org/10.9744/jmp.10.1.13-23>
- Simanjuntak, JJ. & Sembiring, T.Br. 2024. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Keberhasilan Pemasaran Jasa. *Jurnal Penelitian Ilmiah Interdisipliner* Vol 8(7) : 394-403 <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jkii/article/download/1519/1519/1508>
- Sinollah, S., & Masruroh, M. 2019. Measurement of Service Quality (Servqual-Parasuraman) in Forming Customer Satisfaction So as to Create Customer Loyalty: Case Study at the Mayang Collection Store, Kepanjen Branch. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1) : 45–64 <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>
- Siti Reisa Salsabila. 2023. Analisis Kualitas Makanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Darjeeling Restaurant, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. *Simpati*, 1(1), 32–43. <https://doi.org/10.59024/simpati.v1i1.61>
- Suparman, E. F., Sari, S. puspita, Zaky, M., & Rahim, E. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Fore Coffee dalam Meningkatkan Daya Saing di Industri Minuman Kopi. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 428–435. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/45134>