

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Gen Z di Teras Café Tigaraksa**

Riya Fitriyani <sup>1</sup>, Sabelita Ayu Wulandari <sup>2</sup>, Santi Rahmawati <sup>3</sup>, Ulvia Bilqis Salsabila <sup>4</sup>, Zelinda Syaifa Putri <sup>5</sup>, Sonya Trikandi <sup>6</sup>, Febri Sari Siahaan <sup>7</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7</sup> Manajemen, Universitas Tangerang Raya

### **Abstrak**

Studi berikut tujuannya guna memahami dan menganalisa dampak dari kualitas pelayanan pada tingkat kepuasan pelanggan generasi Z di Teras *Café* Tigaraksa. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dalam bentuk survei. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari pelanggan Generasi Z yang pernah mengunjungi Teras *Café* Tigaraksa. Sampel penelitian terdiri dari 60 responden yang direkrut memakai teknik pengambilan sampel saturasi. Selain wawancara dengan manajemen *café*, kuesioner skala Likert juga dibagikan sebagai bagian dari proses pengumpulan data. Data dianalisis menggunakan berbagai uji, seperti uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier dasar, uji-t, uji-F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ), yang semuanya dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS.

Perolehan studi berikut mengindikasikan semua item pernyataan yang dianalisis mempunyai taraf validitas serta reliabilitas yang memadai. Hasil dari analisis regresi linear sederhana mengindikasikan persamaan  $Y = 9,782 + 0,564X$ , yang menggambarkan terdapat dampak positif antara kualitas pelayanan pada tingkat kepuasan pelanggan. Perolehan uji statistik t mengindikasikan skor signifikan  $0,001 < 0,05$ , sehingga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang positif dan signifikan pada tingkat kepuasan pelanggan. Hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sejumlah 0,510 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat menjelaskan tingkat kepuasan pelanggan sejumlah 51% sementara 49% yang lain disebabkan oleh berbagai faktor yang tidak dikaji pada studi berikut. Sehingga, kesimpulannya peningkatan kualitas pelayanan yang disiapkan oleh Teras *Café* Tigaraksa dapat berpengaruh positif pada tingkat kepuasan pelanggan generasi Z.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Generasi Z.

### **Abstract**

*The purpose of this study is to understand and analyze the impact of service quality on Generation Z customer satisfaction at Teras Café Tigaraksa. The research method used was a quantitative approach in the form of a survey. The population for this study consisted of Generation Z customers who had visited Teras Café Tigaraksa. The research sample consisted of 60 respondents recruited using the saturation sampling technique. In addition to interviews with café management, Likert-scale questionnaires were also distributed as part of the data collection process. The data were analyzed using various tests, such as validity and reliability tests, basic linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination ( $R^2$ ), all of which were conducted using SPSS software.*

Copyright (c) 2026 Fitriyani et al.

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [riyafitriyani04@gmail.com](mailto:riyafitriyani04@gmail.com)

*The findings of this study indicate that all analyzed statement items possess adequate levels of validity and reliability. The results of the simple linear regression analysis indicate the equation  $Y = 9.782 + 0.564X$ , which demonstrates a positive relationship between service quality and customer satisfaction levels. The results of the *t*-test indicate a significance level of  $0.001 < 0.05$ , thus showing that service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction levels. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.510 indicates that service quality explains 51% of customer satisfaction, while the remaining 49% is attributed to various factors not examined in this study. Therefore, it can be concluded that improvements in service quality provided by Teras Café Tigaraksa can have a positive effect on the satisfaction levels of Generation Z customers.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Generation Z.

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia sekarang ini, mengalami pertumbuhan yang cukup pesat, khususnya pada usaha *café* yang banyak diminati oleh berbagai kalangan masyarakat. *Café* bukan hanya menjadi lokasi untuk menikmati hidangan, melainkan dimanfaatkan sebagai ruang untuk berkumpul, belajar, atau bersantai. Munculnya semakin banyak *café* baru mengakibatkan persaingan bisnis menjadi lebih ketat, maka setiap pengusaha perlu memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan mereka. Zaini (2022), berpendapat bahwasannya kualitas pelayanan adalah suatu elemen yang memberikan dampak terhadap kepuasan pelanggan, karena layanan yang baik bisa memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Disisi lain, Marlina & Wufron (2021), menyatakan bahwa pemberian kualitas pelayanan yang optimal mampu menciptakan kepuasan pelanggan di bidang usaha kuliner.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal utama yang harus diprioritaskan oleh setiap pemilik usaha. Pelanggan yang puas biasanya akan kembali serta memberikan umpan balik positif pada pihak lain. Disisi lain, konsumen yang merasa tidak puas lebih mungkin untuk berpindah ke tempat lain yang dianggap memberikan pelayanan yang lebih baik. Hidayat et al. (2023), mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki fungsi dalam membangun kesetiaan pelanggan dan mendukung kelangsungan suatu usaha. Maka setiap pelaku usaha harus memahami berbagai faktor yang bisa menumbuhkan kepuasan pelanggan. Selaras hal tersebut, Batkunde et al. (2024), menyatakan pelanggan yang mendapatkan pelayanan memuaskan cenderung memiliki tingkat kepuasan lebih tinggi dan berpotensi untuk kembali lagi.

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang bisa memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dinilai berdasarkan sikap ramah pegawai, kecepatan dalam memberikan layanan, kemampuan menyampaikan informasi dengan jelas, serta kepedulian terhadap kebutuhan para pelanggan. Pengalaman positif tercipta berkat layanan berkualitas tinggi, yang membuat pelanggan merasa nyaman serta puas. Nugroho et al. (2022), mengungkapkan bahwasannya kualitas pelayanan mempunyai dampak besar pada kepuasan pelanggan. Maka, kualitas pelayanan harus menjadi fokus utama bagi setiap pelaku usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan penelitian tersebut diperkuat oleh Sambara et al. (2021), yang mengindikasikan kualitas pelayanan merupakan suatu elemen penting yang berdampak pada kepuasan pelanggan di sektor *café*.

Generasi Z merupakan salah satu kelompok pelanggan yang saat ini banyak mengunjungi *café* sebagai tempat belajar, mengerjakan tugas, maupun berkumpul bersama teman. Generasi ini dikenal karena hubungan yang erat dengan teknologi digital dan penggunaan media sosial yang aktif dalam kehidupan sehari-hari. Dalam memilih sebuah *café*, generasi Z tidak sebatas mengkaji kualitas hidangan, namun pula mempertimbangkan

kualitas pelayanan serta kenyamanan tempat yang ditawarkan. Miryani et al. (2025), menjelaskan bahwa generasi Z cenderung memilih tempat yang mampu memberikan pengalaman positif serta selaras pada keperluannya. Sehingga, kualitas pelayanan menjadi faktor yang bisa memengaruhi tingkat kepuasan generasi Z.

Teras *Café* Tigaraksa ditentukan selaku objek penelitian sebab termasuk suatu *café* yang terkenal dan banyak dikunjungi oleh kalangan generasi Z di wilayah Tigaraksa. *Café* ini sering dimanfaatkan sebagai tempat berkumpul, mengerjakan tugas, berdiskusi, maupun menghabiskan waktu luang sehingga kualitas pelayanan jadi faktor krusial yang mesti dikaji oleh pengelola usaha. Penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Kencanawati et al. (2023), membuktikan bahwasannya kualitas pelayanan berdampak positif pada kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwasannya pelanggan akan lebih puas jika mereka menerima layanan yang lebih berkualitas. Studi berikut selaras pada penelitian Rahayu et al. (2024), mengaskan bahwasannya kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan di sektor *café*. Studi yang dilakukan oleh Nurhusna & Ernawati (2026), menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap kepuasan pelanggan. Makin tinggi kualitas layanan yang ditawarkan, makin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan pada kepuasan pelanggan di Teras *Café* Tigaraksa, dengan harapan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi *café* tersebut dalam upayanya meningkatkan kualitas layanan serta mempertahankan kepuasan pelanggan.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, penelitian yang secara khusus meneliti kepuasan pelanggan generasi Z di Teras *Café* Tigaraksa masih belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, studi berikut dilakukan guna mengetahui dampak dari kualitas pelayanan pada tingkat kepuasan pelanggan generasi Z di Teras *Café* Tigaraksa, sehingga dapat menggambarkan secara lebih jelas tentang perilaku pelanggan generasi Z dalam sektor *café*.

## METODOLOGI

Studi berikut memakai langkah survei pada metode penelitian kuantitatif. Populasi pada studi berikut mencakup pelanggan Generasi Z yang mengunjungi Teras *Café* Tigaraksa selama masa penelitian, dengan jumlah total sebanyak 60 orang. Generasi Z yang dimaksud adalah pelanggan yang berusia antara 14 hingga 29 tahun dan telah mendapatkan pelayanan langsung dari pihak *café*. Populasi tersebut dipilih karena Generasi Z termasuk salah satu kelompok konsumen yang sering mengunjungi *café* untuk berbagai aktivitas, seperti belajar, mengerjakan tugas, atau sekadar bersantai.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Seluruh responden dipilih dengan menerapkan teknik sampling jenuh (*sensus*), yakni metode pemilihan sampel di mana semua anggota dari populasi menjadi sampel penelitian. Sehingga, pelanggan Generasi Z yang termasuk dalam populasi penelitian seluruhnya terlibat dalam pengumpulan data. Penggunaan teknik ini dinilai sesuai karena jumlah populasi tidak terlalu besar, sehingga seluruh anggotanya dapat diteliti secara menyeluruh.

Alat yang diterapkan pada studi berikut ialah angket serta sesi wawancara. Angket disusun berdasarkan indikator dari variabel kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan yang kemudian diedarkan pada pelanggan Generasi Z yang pernah mengunjungi Teras *Café* Tigaraksa. Penilaian jawaban responden memakai skala Likert pada lima opsi tanggapan, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) pada skor 1, Tidak Setuju (TS) pada skor 2, Netral (N) pada skor 3, Setuju (S) pada skor 4, serta Sangat Setuju (SS) pada skor 5.

Untuk mengetahui rentang penilaian pada setiap variabel, di gunakan rumus rentang skala (RS) sebagai berikut:

$$RS = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$
$$RS = \frac{5 - 1}{5}$$
$$= 0,8$$

Berlandaskan hasil hitungan ini, penelitian dapat dibagi ke lima kategori, yaitu:

- 1,00 - 1,80 = Sangat Buruk
- 1,81 - 2,60 = Kurang Baik
- 2,61 - 3,40 = Cukup Memuaskan
- 3,41 - 4,20 = Memuaskan
- 4,21 - 5,00 = Sangat Memuaskan

Selain penyebaran kuesioner, studi berikut pun diperkuat melalui wawancara yang dilaksanakan pemilik Teras *Café* Tigaraksa. Wawancara tersebut bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha, penerapan kualitas pelayanan, serta upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Data yang didapat dari wawancara berfungsi sebagai informasi tambahan untuk memperkuat hasil penelitian. Statistik deskriptif selanjutnya digunakan untuk menganalisis data guna menggambarkan kondisi setiap variabel yang diteliti serta karakteristik responden. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Generasi Z di Teras *Café* Tigaraksa kemudian diuji menggunakan analisis regresi dasar.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Berlandaskan perolehan uji validitas yang dilakukan memakai SPSS dengan 60 responden, semua item yang berkaitan dengan variabel Kualitas Pelayanan (X) serta Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan nilai korelasi (r hitung) yang melebihi r tabel yaitu 0,254 ( $\alpha = 0,05$ ). Selain itu, setiap item juga menunjukkan skor signifikansi (Sig. 2-tailed) kurang dari 0,05, yang berarti memenuhi standar validitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap pernyataan dapat dengan tepat mengukur variabel yang diteliti. Oleh sebab itu, semua 18 pernyataan, yang tersusun atas 10 item Kualitas Pelayanan serta 8 item Kepuasan Pelanggan, disebut valid serta sesuai untuk diterapkan selaku alat penelitian, serta bisa diteruskan ke tahap uji selanjutnya, yakni uji reliabilitas serta analisis regresi.

#### 2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.895	18

**Gambar 1.** Uji Reliabilitas

Perolehan uji reliabilitas menunjukkan nilai Alpha Cronbach sebesar 0,895 untuk 18 pernyataan. Angka ini lebih tinggi dari 0,70, sampai alat ukur yang dipakai pada studi berikut dianggap rearibel. Ini membuktikan bahwa semua pernyataan memiliki

konsistensi yang tinggi dan layak sebagai instrumen pengukuran yang dapat diandalkan dalam penelitian.

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
b. All requested variables entered.

**Gambar 2.** Uji Regresi Linear Sederhana

Berlandaskan perolehan analisis regresi linear sederhana didapatkan persamaan regresi:

$$Y = 9,782 + 0,564X$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

Konstanta = 9,782

Koefisien regresi = 0,564

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa apabila nilai kualitas pelayanan meningkatkan sebesar satu satuan, sehingga kepuasan pelanggan akan meningkat sejumlah 0,564 unit. Koefisien regresi positif tersebut menunjukkan adanya korelasi langsung antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan. Pelanggan dari Generasi Z akan lebih puas jika Teras *Café* Tigaraksa menawarkan layanan yang unggul.

4. Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	431.970	1	431.970	60.273	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	415.680	58	7.167		
	Total	847.650	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

**Gambar 3.** Uji F

Skor F yang dihitung, dengan taraf signifikansi 0,001, adalah 60,273 berlandaskan perolehan uji F. Model regresi tersebut dianggap valid dan dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antara kepuasan pelanggan serta kualitas layanan karena tingkat signifikansinya kurang dari 0,05. Perolehan tersebut membuktikan kualitas pelayanan secara signifikan berdampak pada kepuasan pelanggan Generasi Z pada Teras *Café* Tigaraksa.

5. Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.752	2.778		3.511	<,001
	Kualitas Pelayanan	.561	.072	.714	7.764	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**Gambar 4.** Uji t (Parsial)

Perolehan uji t mengindikasikan variabel kualitas pelayanan mempunyai skor t hitung sejumlah 7,764 pada nilai signifikansi 0,001. Karena skor signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak serta  $H_1$  diterima. Maka kesimpulannya kualitas pelayanan berdampak positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan Generasi Z di Teras *Café* Tigaraksa. Maknanya, makin baik pelayanan yang disampaikan oleh pihak *café*, sehingga makin besar pula tingkat kepuasan pelanggan yang dirasakan.

#### 6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 <sup>a</sup>	.510	.501	2.677

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

**Gambar 5.** Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ini tujuannya guna mengetahui seberapa besar kontribusi variabel Kualitas Pelayanan (X) pada Kepuasan Pelanggan (Y) secara keseluruhan. Berlandaskan tabel tersebut, skor R Square ialah 0,510 ataupun setara dengan 51%. Maknanya, variabel Kualitas Pelayanan bisa memaparkan keragaman pada Kepuasan Pelanggan sejumlah 51%. Sementara itu, 49% sisanya disebabkan oleh variabel lain yang tidak masuk pada model studi berikut. Beberapa contohnya adalah harga, kualitas produk, suasana *café*, lokasi, kelengkapan, fasilitas, kegiatan promosi, dan faktor lainnya.

### Pembahasan

Analisis yang dilakukan mengemukakan bahwasannya kualitas pelayanan mempunyai dampak positif pada kepuasan pelanggan Generasi Z di Teras *Café* Tigaraksa. Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan uji hipotesis yang menghasilkan skor signifikansi sejumlah  $0,001 < 0,05$  dan koefisien regresi sejumlah 0,564 dengan arah hubungan positif. Perolehan ini membuktikan bahwasannya makin optimal pelayanan yang disampaikan kepada pelanggan, makin besar juga tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Studi penelitian berikut sejalan dengan hasil penelitian Kencanawati et al. (2023) dan Nurhusna & Ernawati (2026), mengindikasikan kualitas pelayanan yaitu suatu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan. Pelayanan yang mampu diberikan dengan cepat, ramah, responsif, serta sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan meningkatkan pengalaman selama menggunakan jasa, sehingga pelanggan cenderung merasa lebih puas.

Bagi pelanggan Generasi Z, kualitas pelayanan menjadi aspek yang penting karena kelompok konsumen ini cenderung memperhatikan pengalaman yang diperoleh saat berkunjung ke sebuah *café*. Oleh karena itu, Teras *Café* Tigaraksa perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan pelanggan tetap terjaga dan mendorong terjadinya kunjungan ulang di masa mendatang.

### SIMPULAN

Berdasarkan temuan studi yang membahas dampak kualitas pelayanan pada tingkat kepuasan pelanggan di kalangan Generasi Z di Teras *Café* Tigaraksa, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan. Perihal tersebut bisa diamati dari perolehan uji t yang menunjukkan skor signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ , sampai hipotesis penelitian diterima.

Perolehan analisis regresi linear sederhana membuktikan bahwasannya kualitas pelayanan memiliki koefisien regresi sejumlah 0,564 yang bernilai positif. Maknanya, makin berkualitas pelayanan yang disampaikan oleh Teras *Café* Tigaraksa, sehingga makin besar tingkat kepuasan pelanggan yang dialami oleh Generasi Z.

Disisi lain, perolehan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sejumlah 0,510 membuktikan kualitas pelayanan bisa menjabarkan tingkat kepuasan pelanggan sebanyak 51 persen, sedangkan 49 persen lainnya disebabkan oleh berbagai faktor yang tidak dikaji pada studi berikut. Maka, kualitas pelayanan yaitu suatu aspek penting yang mesti ditelaah oleh Teras *Café* Tigaraksa supaya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## Referensi :

- Batkunde, Y. J., Pangulimang, J., & Sapari, L. S. J. (2024). Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Café Janji Jiwa di Manokwari. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 11(1), 19-28. <https://doi.org/10.53978/jd.v11i1.271>
- Hidayat, F., Riono, S. B., Kristiana, A., & Mulyani, I. D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 8(11), 6741. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p18>
- Kencanawati, M. S., Anggraini, R., Tesniwati, R., & Putranto, M. R. (2023). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 2(2), 45-53.
- Marlina, S., & Wufron, W. (2021). Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Pelanggan Café di Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*.
- Miryani, N. K. S., Widjaya, I. G. N. O., Pidada, I. B. U., & Wijana, P. A. (2025). Pengaruh Media Sosial dalam Mendorong Keputusan Konsumsi Generasi Z di Coffee Shop Kintamani sebagai Wisata Kuliner. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 4.
- Nugroho, A. W., Nugraha, H. S., & Seno, A. H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Lazada (di Kota Semarang) Ari. 11(2), 321-331.
- Nurhusna, A., & Ernawati. (2026). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada UMKM Kuliner Di Pasar Cidu Kota Makassar. *Innovation For Quality Business Admin And Technology (INQUBATE)*, 20(1), 109-118. <https://doi.org/10.61938/fm.v20i1.468>
- Rahayu, A. B., Nurhasan, R., & Dhamayanty, S. (2024). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Café Balong Aja Kabupaten Garut. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8, 1327-1342.
- Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3.Am Koffie Spot Manado. 9(4), 126-135.
- Zaini, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada....

pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjaranyar Paciran Lamongan). *Journal of Economics and Islamic Business*, 02(02), 47-54.