E-ISSN: 3031-8521
P-ISSN: 3032-1867
Halaman 252-263
Volume 3 Nomor 1 Tahun 2026

Analisis Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Skybill's Billiard & Cafe

Hikmah Ramdani[1], Is fadhillah[2], Machsun[3]
[1,2,3]Sekolah tinggi ilmu ekonomi IBMT Surabaya, Indonesia
e-mail: hikmhrmdni12@gmail.com[1], isfadhillah@gmail.com[2], machsun.bb@gmail.com[3]

Abstrak

SKYBILL'S Billiard dan Café Bulukumba merupakan salah satu tempat hiburan yang bersaing ketat dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi keutamaan yang menentukan pelanggan merasa puas dan ingin berdatangan kembali. Penelitian ini lakukan untuk mendeskripsikan bagaimana strategi pelayanan dijalankan oleh SKYBILL'S dan sejauh ini strategi yang digunakan sangat berdampak pada kepuasan pelanggan begitu pun dengan SKYBILL'S. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik usaha dan karyawan, observasi terhadap aktivitas pelayanan, serta dokumentasi kegiatan di lokasi penelitian. Informasi dalam penelitian ini adalah pihak pengelola dan pelanggan yang datang ke SKYBILL'S Billiard dan Café Bulukumba. Penerapan terhadap strategi pelayanan membuat pelanggan merasa dihargai dan menimbulkan rasa puas. Meskipun strategi pelayanan masih ada hambatan dalam pelaksanaan strategi pelayanan, Beberapa di antaranya terdapat minimnya tenaga kerja pada waktu tertentu, belum adanya pelatihan rutin bagi karyawan, serta perawatan fasilitas yang belum terjadwal biasanya menyebabkan pelayanan terkadang belum merata. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan SKYBILL'S Billiard dan Café berperan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Untuk menjaga kualitas yang ada, perlu adanya peningkatan pelatihan karyawan dan manajemen pelayanan yang lebih teratur.

Kata kunci: *Strategi Pelayanan Kepuasan Pelanggan, SKYBILL'S Billiard dan Café*

Abstract

SKYBILL'S Billiard dan Café Bulukumba is one of the entertainment venues that competes hard in giving the best customers to customers. Service quality becomes a priority that determines that customers feel satisfied and want to come to kemabli. This research is done to describe how the service strategy is run by SKYBILL'S and so far the strategy used has a great impact on customer satisfaction as well as SKYBILL'S. The approach used is qualitative descriptive. Data was obtained through direct interviews

with business owners and employees, observation of service activities, and documentation of activities at the research location. The information in this research is the management and customers who come to SKYBILL'S Billiard and Café Bulukumba. The application of the service strategy makes customers feel appreciated and creates a sense of satisfaction. Although the service strategy still has obstacles in the implementation of the service strategy, some of which there is a lack of manpower at a certain time, the lack of regular training for employees, and unscheduled facility maintenance usually causes service to be uneven. In terms of extension, it can be concluded that the service strategy applied by SKYBILL'S Billiard and Café plays an important role in creating customer satisfaction. To maintain the existing quality, it is necessary to increase employee training and more regular service management.

Keywords: *Customer Satisfaction Service Strategy, SKYBILL'S Billiard and Café.*

LATAR BELAKANG

Industri jasa hiburan dan kuliner berkembang pesat seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap tempat rekreasi, bersosialisasi, dan bersantai. Salah satu bentuk usaha yang berkembang adalah billiard café, yang tidak hanya menyediakan fasilitas hiburan, tetapi juga makanan, minuman, dan suasana yang nyaman bagi pelanggan. Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting dalam menciptakan kepuasan dan mempertahankan pelanggan (M. Hasib Abdullah, 2021).

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja pelayanan yang diterima dengan harapannya. Apabila pelayanan sesuai atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan pelayanan yang berada di bawah harapan dapat menimbulkan ketidakpuasan (Kotler, 2004 dalam Prahastuti, 2019). Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi bagian penting dalam mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Lupiyoadi & Hamdani, 2018).

Pelayanan yang berkualitas dapat memberikan pengalaman positif kepada pelanggan dan mendorong terbentuknya loyalitas. Sebaliknya, pelayanan yang tidak sesuai harapan dapat menyebabkan pelanggan beralih kepada pesaing. Kualitas pelayanan juga berkaitan erat dengan kepuasan karena pelanggan tidak hanya menilai hasil layanan, tetapi juga proses pelayanan yang mereka terima (Ananda & Pradini, 2022). Faktor seperti keramahan karyawan, kecepatan pelayanan, kenyamanan tempat, kebersihan, dan kelengkapan fasilitas turut

memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan (Dzakiyyah et al., 2023).

SKYBILL'S Billiard dan Café merupakan usaha yang menggabungkan konsep hiburan dan kuliner sehingga kualitas pelayanan menjadi aspek penting dalam menciptakan pengalaman pelanggan. Berdasarkan observasi awal, karyawan SKYBILL'S Billiard dan Café telah menunjukkan sikap ramah dan responsif dalam melayani pelanggan, khususnya dalam pemesanan makanan, minuman, dan penggunaan meja billiard. Selain itu, suasana yang nyaman dan fasilitas yang tersedia menjadi faktor pendukung kepuasan pelanggan. Namun, pada waktu tertentu seperti malam hari dan akhir pekan, peningkatan jumlah pengunjung dapat menyebabkan keterlambatan pelayanan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan agar kualitas layanan tetap konsisten.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang baik, suasana tempat yang nyaman, fasilitas yang memadai, serta keramahan karyawan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Putra, 2019; Widodo, 2020; Lestari, 2021). Namun, penelitian yang secara khusus menganalisis strategi pelayanan berdasarkan dimensi SERVQUAL pada usaha yang menggabungkan konsep billiard dan café, khususnya SKYBILL'S Billiard dan Café, masih terbatas. Hal tersebut menjadi celah penelitian untuk mengkaji strategi pelayanan yang diterapkan serta pengalaman dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pelayanan yang diterapkan SKYBILL'S Billiard dan Café dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan, serta mengidentifikasi faktor yang mendukung dan menghambat peningkatan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta memberikan masukan praktis bagi pengelola SKYBILL'S Billiard dan Café dalam meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan, dan loyalitas pelanggan..

KAJIAN TEORITIS

Strategi pelayanan merupakan serangkaian perencanaan dan tindakan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai kebutuhan dan harapan pelanggan. Menurut Hamel dan Prahalad, strategi merupakan tindakan yang dilakukan secara terus-menerus berdasarkan pandangan terhadap kebutuhan pelanggan di masa depan. Gronroos menjelaskan bahwa pelayanan merupakan aktivitas tidak berwujud yang terjadi melalui interaksi antara konsumen dan penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Elemen strategi

pelayanan meliputi access, communication, helpfulness, competence, courtesy, reliability, security, tangibles, dan self perceived role.

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono, kualitas berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kotler dan Keller (2009:143) menyatakan bahwa kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk atau jasa yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat dinilai melalui perbandingan antara pelayanan yang diterima dan harapan pelanggan (Tjiptono, 2008:32). Menurut Lupiyoadi (2008:75), kualitas pelayanan terdiri dari lima indikator, yaitu bukti fisik (tangibles), empati (empathy), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), dan jaminan (assurance).

Pelayanan merupakan aktivitas perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan melalui bantuan, kemudahan, dan interaksi secara langsung. Menurut Sianipar dalam Nawawi (2022), pelayanan adalah kegiatan membantu, menyiapkan, dan menyelesaikan kebutuhan seseorang atau kelompok. Kotler dalam Khamidah et al. (2024) menyatakan bahwa pelayanan merupakan kegiatan yang memberikan manfaat dan kepuasan kepada pihak lain. Dengan demikian, pelayanan yang baik dapat menjadi dasar dalam menciptakan hubungan yang positif dengan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan yang muncul setelah pelanggan membandingkan pelayanan atau kinerja yang diterima dengan harapannya. Menurut Lovelock dan Wirtz (2014:74), kepuasan merupakan penilaian berdasarkan pengalaman pelanggan dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya. Menurut Kotler (1996), kepuasan pelanggan dapat diukur melalui keluhan dan saran, ghost shopping, analisis pelanggan yang beralih, serta survei kepuasan pelanggan. Faktor yang memengaruhi kepuasan antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosional, harga, dan biaya (Budiastuti dalam Nooria, 2008). Sementara itu, Zeithaml dan Berry dalam Tjiptono (2002) menyebutkan aspek kepuasan pelanggan meliputi keistimewaan, kesesuaian, konsistensi pelayanan, dan estetika.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di SKYBILL'S Billiard Café. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman secara mendalam mengenai strategi pelayanan berdasarkan kondisi nyata di lapangan, bukan untuk menguji hipotesis atau hubungan antarvariabel. Penelitian dilaksanakan di SKYBILL'S Billiard Café pada April–Mei 2026. Subjek penelitian terdiri dari karyawan SKYBILL'S Billiard

Café, yaitu Andi Pratama, Nur Aisyah, dan Muhammad Fajar, sedangkan objek penelitian adalah strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara mendalam dan terbuka kepada informan untuk memperoleh informasi mengenai penerapan strategi pelayanan. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas pelayanan di lokasi penelitian, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa catatan, arsip, dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian (Gunawan, 2013).

Analisis data dilakukan secara deskriptif menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Kondensasi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan informasi yang relevan, kemudian data disajikan dalam bentuk uraian untuk memudahkan interpretasi. Selanjutnya, kesimpulan ditarik berdasarkan pola dan temuan yang diperoleh selama penelitian (Sugiyono, 2018). Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi yang diperoleh dari beberapa informan untuk memastikan kesesuaian dan keakuratan data. Teknik ini digunakan untuk meminimalkan bias dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian (Sugiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan oleh SKYBILL'S Billiard dan Café berfokus pada peningkatan kenyamanan dan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan responsif, penyediaan fasilitas yang memadai, kegiatan Fun Game, serta program promosi secara berkala. Berdasarkan wawancara dengan tiga informan, yaitu Andi Pratama, Nur Aisyah, dan Muhammad Fajar, diperoleh gambaran bahwa pelanggan tidak hanya mempertimbangkan kualitas permainan billiard, tetapi juga pengalaman pelayanan secara keseluruhan.

Pelayanan karyawan menjadi salah satu faktor utama yang membentuk kepuasan pelanggan. Informan menyampaikan bahwa karyawan dinilai ramah, sopan, cepat tanggap, serta mampu membantu pelanggan ketika mengalami kendala. Sikap tersebut membuat pelanggan merasa dihargai dan nyaman sehingga mendorong keinginan untuk melakukan kunjungan ulang.

Selain kualitas pelayanan karyawan, fasilitas juga menjadi bagian penting dalam strategi pelayanan. Pelanggan memberikan penilaian positif terhadap kondisi meja billiard, kebersihan ruangan, pendingin udara, Wi-Fi, café, dan minimarket. Kelengkapan fasilitas memberikan nilai tambah karena

pelanggan dapat bermain, bersantai, makan, dan berkumpul dalam satu tempat.

Kegiatan Fun Game juga menjadi strategi yang mampu meningkatkan keterlibatan pelanggan. Kegiatan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai kompetisi, tetapi juga menjadi sarana interaksi dan pembentukan komunitas antar pelanggan. Sementara itu, program promosi memberikan manfaat ekonomi kepada pelanggan dan menjadi daya tarik untuk melakukan kunjungan kembali.

Temuan tersebut sesuai dengan konsep Service Quality dari Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang mencakup lima dimensi, yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Kelima dimensi tersebut terlihat dalam pelayanan SKYBILL'S melalui fasilitas yang memadai, pelayanan yang konsisten, kesigapan karyawan, sikap profesional, serta perhatian terhadap kebutuhan pelanggan.

Dengan demikian, strategi pelayanan SKYBILL'S tidak hanya berorientasi pada pelayanan inti berupa penyediaan arena billiard, tetapi juga menciptakan customer experience melalui fasilitas, promosi, dan kegiatan yang memberikan nilai tambah. Strategi tersebut mampu menciptakan pengalaman positif yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan mendorong loyalitas pelanggan.

Pengalaman dan Persepsi Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan memiliki persepsi positif terhadap kualitas pelayanan SKYBILL'S Billiard dan Café. Persepsi tersebut terbentuk berdasarkan pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan karyawan dan menggunakan fasilitas yang tersedia.

Pada dimensi Tangibles, pelanggan menilai fasilitas SKYBILL'S cukup lengkap, bersih, dan nyaman. Meja billiard yang terawat, ruangan ber-AC, Wi-Fi, café, dan minimarket memberikan kenyamanan selama pelanggan berada di lokasi. Pada dimensi Reliability, pelanggan menilai bahwa pelayanan diberikan secara konsisten dan sesuai dengan kebutuhan. Karyawan mampu memberikan informasi, membantu pelanggan ketika mengalami kendala, serta menjaga kualitas pelayanan meskipun kondisi tempat sedang ramai.

Dimensi Responsiveness terlihat dari kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan, seperti mengganti peralatan, membersihkan meja, melayani pesanan, dan merespons kebutuhan pelanggan. Sementara itu, dimensi Assurance tercermin dari sikap sopan, profesional, dan perlakuan yang sama kepada pelanggan. Adapun dimensi Empathy terlihat dari perhatian karyawan terhadap kebutuhan dan kenyamanan pelanggan.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya dinilai berdasarkan hasil akhir, tetapi juga berdasarkan proses interaksi dan pengalaman pelanggan. Hal ini sejalan dengan konsep customer experience yang menempatkan interaksi, lingkungan fisik, dan kualitas pelayanan sebagai bagian penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, pengalaman positif yang diperoleh pelanggan membentuk persepsi bahwa SKYBILL'S mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Kepuasan tersebut juga terlihat dari keinginan pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang dan merekomendasikan SKYBILL'S kepada orang lain.

Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Pelayanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mendukung strategi pelayanan SKYBILL'S Billiard dan Café. Faktor tersebut meliputi kualitas sumber daya manusia, kelengkapan fasilitas, kenyamanan lingkungan, lokasi usaha, program promosi, serta kegiatan Fun Game. Kualitas sumber daya manusia menjadi faktor penting karena karyawan merupakan pihak yang berinteraksi langsung dengan pelanggan. Sikap ramah, sopan, cepat tanggap, dan konsisten mampu menciptakan pengalaman pelayanan yang positif. Selain itu, fasilitas yang lengkap dan terawat memberikan kenyamanan serta meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan.

Program promosi dan Fun Game juga menjadi bentuk inovasi pelayanan yang memberikan nilai tambah. Promosi memberikan keuntungan secara ekonomi, sedangkan Fun Game menciptakan interaksi sosial dan meningkatkan keterikatan pelanggan dengan tempat usaha. Terdapat beberapa faktor penghambat yang perlu diperhatikan, seperti keterbatasan area parkir ketika jumlah pengunjung meningkat, kebutuhan perawatan meja billiard, serta pemeliharaan pendingin ruangan. Meskipun belum memberikan dampak yang besar terhadap kepuasan pelanggan, faktor tersebut perlu dikelola secara berkelanjutan agar kualitas pelayanan tetap terjaga.

Dengan demikian, keberhasilan strategi pelayanan SKYBILL'S ditentukan oleh kemampuan pengelola dalam mengintegrasikan kualitas sumber daya manusia, fasilitas, inovasi pelayanan, dan konsistensi pelayanan. Perbaikan terhadap faktor penghambat juga diperlukan untuk mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan SKYBILL'S Billiard dan Café telah mencerminkan lima dimensi SERVQUAL, yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy. Kualitas pelayanan tersebut memberikan pengalaman positif kepada pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan. Temuan penelitian ini mendukung

pandangan Parasuraman et al. (1988) bahwa kualitas pelayanan terbentuk dari kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan melalui bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dalam penelitian ini, kelima dimensi tersebut terlihat dalam kondisi fasilitas, konsistensi pelayanan, kesigapan karyawan, profesionalisme, serta perhatian terhadap pelanggan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh pelayanan inti, tetapi juga oleh customer experience. Keberadaan café, minimarket, Wi-Fi, promosi, dan Fun Game memberikan pengalaman tambahan yang meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan. Hal ini memperlihatkan bahwa strategi pelayanan yang terintegrasi dapat menjadi keunggulan bagi usaha jasa dalam mempertahankan pelanggan.

Namun demikian, pengelola perlu melakukan evaluasi terhadap keterbatasan parkir dan pemeliharaan fasilitas. Perbaikan secara berkelanjutan diperlukan agar faktor penghambat tidak berkembang menjadi masalah yang dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Secara keseluruhan, penelitian menunjukkan bahwa strategi pelayanan SKYBILL'S Billiard dan Café telah berjalan dengan baik dan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, fasilitas yang memadai, kegiatan Fun Game, program promosi, serta konsistensi pelayanan menjadi faktor utama dalam membentuk pengalaman pelanggan yang positif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di SKYBILL'S Billiard dan Café, dapat disimpulkan bahwa strategi pelayanan yang diterapkan melalui keramahan, kesopanan, responsivitas, dan profesionalisme karyawan, didukung oleh fasilitas yang lengkap dan nyaman, kegiatan Fun Game, serta program promosi secara berkala, mampu memberikan pengalaman pelayanan yang positif bagi pelanggan. Strategi tersebut mencerminkan lima dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL), yaitu Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Empathy, yang secara keseluruhan mampu meningkatkan kepuasan serta mendorong pelanggan untuk melakukan kunjungan ulang. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan juga menunjukkan hasil yang positif, terutama dari aspek kenyamanan fasilitas, kebersihan, kecepatan pelayanan, dan perhatian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan. Faktor pendukung utama meliputi kualitas sumber daya manusia, kelengkapan fasilitas, kebersihan lingkungan, kegiatan Fun Game, program promosi, dan konsistensi pelayanan, sedangkan faktor penghambat meliputi keterbatasan area parkir saat jumlah pengunjung meningkat serta kebutuhan pemeliharaan meja billiard dan AC. Oleh karena itu,

pengelola SKYBILL'S disarankan untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang telah berjalan baik, meningkatkan kompetensi karyawan melalui pelatihan, serta melakukan pemeliharaan fasilitas dan perbaikan sarana pendukung secara berkala. Pelanggan juga diharapkan memberikan kritik dan saran yang konstruktif sebagai bahan evaluasi. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian dapat dikembangkan dengan objek yang lebih luas serta menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengkaji hubungan strategi pelayanan dengan kepuasan dan loyalitas pelanggan secara lebih mendalam.

DAFTAR REFERENSI

Ananda, A., & Pradini, G. (2022). Peran Food & Beverage Service Dalam Memberikan Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Di Mcdonald's Jatipadang. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 11(3), 263–277.

Ariandita, S., & Sulistiani, S. (2025). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Menggunakan Analisis SWOT pada Yana Salon di Tebet - Jakarta Selatan. Jurnal Operasional Manajemen [JURAMA], 2(1), 59–74. https://doi.org/10.58174/jrm.volume:2.no:1.2024.189.hal:59-74

Azmi, R. U. `, Ali, M., Ibrahimy, A. A., & Amir, A. (2025). Analisis Strategi Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada Resto Melita Kitchen. Al-Idarah : Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam, 6(1), 57–71. https://doi.org/10.35316/idarah.2025.v6i1.57-71

Christovel Zuriel Umbase, William Areros, L. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kedai Kopi Senyawa di Manado. Productivity, 3(4), 394.

Dimas Realino, Valeria Eldyn Gula, & Sofiana Jelita. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset, 1(4), 68–81. https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137

Dzakiyyah, B. H., Putri, K. D., Salsabila, N. Y., Rafania, T. A., & Prawira, I. F. A. (2023). Pemanfaatan Big Data untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Shopee. Journal Of Social Science Research, 3, 10441–10455. https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/5534

GINANJAR SUENDRO. (2024). Analisis Strategi Jasa Marga Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Melalui Pelayanan Digital Pada Jalan Tol Semarang - Solo. E-Logis : Jurnal Ekonomi Logistik, 7(2), 71–80. https://doi.org/10.70375/e-logis.v7i2.120

Handayani, S., Isnaini, D., & Afrianty, N. (2023). Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Pada Toko My Lova Kota Bengkulu). EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi

Dan Bisnis, 11(2), 1467–1476. https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i2.4069

Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking), 7(2), 56. https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255

Hulu, M. K. (2026). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Nusantara, 02.

Irwana, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Di Makassar. Management Analysis Journal, 15 (1)(235), 62. http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/monografias/GEBIS - RJ/RBG/RBG 1995 v57_n1.pdf%0Ahttps://periodicos.ufpe.br/revistas/rbgfe/article/view/234295

Islamy, L. O. S., & Sulima, S. (2020). Kualitas Pelayanan Keperawatan di Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Kota Baubau. Jurnal Kesehatan Manarang, 6(1), 20. https://doi.org/10.33490/jkm.v6i1.153

Kismanto, J., & Suryo Murtopo, A. (2023). Analisis Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsud Karanganyar. Jurnal Kesehatan Kusuma Husada, 14(1), 106–116. https://doi.org/10.34035/jk.v14i1.928

Krisnadi, A. R., & Kurniawarsa, P. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Caribou Coffee Sarinah. Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services, 1(2). https://doi.org/10.30813/fame.v1i2.1424

Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia), 6(1), 1. https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870

M. Hasib Abdullah. (2021). ANALISA STRATEGI BAURAN PEMASARAN JASA DAN CITRA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (STUDI PADA KBIH MIFTAHUL ULUM LUMAJANG). 32(3), 167–186.

Pamungkas, A. F., & Husnayetti, H. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Melalui Peningkatan Kualitas Pelayanan Dan Strategi Promosi. Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, 3(1), 11. https://doi.org/10.24853/jmmb.3.1.11-20.

Rau, G. Y. P., Tumbuan, W. J. F. A., & Gunawan, E. M. (2024). KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOEL MANADO THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AT KEDAI KOEL MANADO Jurnal EMBA Vol . 12 No . 3 Juli 2024 , Hal . 797-807. Emba, 12(3), 797–807.

Riyadi, A. (2021). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA WARKOP DJENAKA DI SAMPIT. Open Journal Systems, 3(1), 50–61.

Rizkillah, A., Suryani, S., & Rahmawati, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bamboo Coffee dan Resto di Lhokseumawe. Mbia, 19(1), 87–96. https://doi.org/10.33557/mbia.v19i1.866

Sangkot, H. S., Latifah, U., Endang, P., Dewi, S., Suryandari, H., & Wijaya, A. (2022). Analisis Pengaruh Kepuasan Pasien Rawat Jalan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Di RS X Kota Madiun. Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia Volume, 10.

Saputri, D., Adiana, S., Lakoan, M. R., Hermina, P. K., Hermina, P. K., & Hermina, P. K. (2023). Gambaran kepuasan pasien rawat jalan terhadap pelayanan kefarmasian di poli anak rumah sakit x. Indonesian Journal of Health Science, 3(2), 161–169.

Setiawan, D., Ningsih, D., & Handayani, S. R. (2022). Analisis Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Pelayanan Kefarmasian di Instalasi Farmasi Rawat Jalan Puskesmas Nawangan Pacitan. J. Islamic Pharm, 7(2), 79–85. https://doi.org/10.18860/jip.v7i2.17439

Soekotjo, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dnd Pet Terhadap Kepuasan Konsumen. Performa, 7(3), 321–329. https://doi.org/10.37715/jp.v7i3.2897

Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik, 4(2), 24–32. https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454

Suharto. (2024). Strategi Pengelolaan Desa Wisata Jamu Kiringan, Kecamatan Jetis, Kabupaten Bantul. Journal of Tourism and Economic, 2(2), 108–117. https://doi.org/10.36594/jtec/8z141644

Supangkat, D. A., Arifin, R., & M.Hufron. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Warung Kopi Kedai Singgah Malang). Journal of Chemical Information and Modeling, 9(7), 1689–1699.

Supriyanti Neneng, I., & Zega, A. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Memilih Minimarket di Kecamatan Sipora Utara. Jurnal Ilmu Ekonomi Dan

Bisnis, 1(1), 1–7. https://doi.org/10.70134/jukoni.v1i1.19

Tami, Y., & Sarwadhamana, R. J. (2021). Implementasi Pendaftaran Online Pasien Rawat Jalan terhadap Kepuasan Pasien di Rumah Sakit Nur Hidayah Bantul Implementation of Outpatient Online Registration for Patient. Indonesian Journal of Hospital Administration, 4(2).

Widani, N. N., Tanius, B., & Ari Agustin, I. G. A. (2022). Pelatihan F&B Service dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan terhadap Konsumen di Desa Wisata Bongan. ADMA : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 2(2), 157–168. https://doi.org/10.30812/adma.v2i2.1528

Yossi Laudinsha, B., & Ayu Sanggarwati, D. (2024). Strategi Efektif untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Era Digital. Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Bisnis Dan Teknologi Informatika, 1(3), 90–96. https://ijemabetsos.com/index.php/JEMABITEK/article/view/18