

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sicepat Bangkinang

Efti Novita Sari<sup>1</sup>, Syafriade Zulmi<sup>2</sup>, Bustami<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai,

Email: [efti@universitaspahlawan.ac.id](mailto:efti@universitaspahlawan.ac.id)

### Abstrak

Sicepat merupakan salah satu perusahaan kurir dan logistik besar yang didukung secara online yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman Express, serta distribusi di Indonesia. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan jasa, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan, dan juga kepuasan konsumen dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan Sicepat di Bangkinang. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dengan jumlah 10 item untuk variabel kualitas pelayanan dan 10 item untuk variabel kepuasan pelanggan. Metode penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sicepat Bangkinang dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,917 > 1,66055$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Apabila variabel kualitas pelayanan 'meningkat' 1 satuan secara constant sebesar 25,414 maka kepuasan pelanggan akan 'meningkat' pula sebesar 0,340. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sicepat Bangkinang adalah sebesar 19,8%.

**Kata kunci :** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

### Abstract

Sicepat is one of the major online-supported courier and logistics companies that are widely spread in Indonesia, serving Express delivery, as well as distribution in Indonesia. With good service quality in a service company, it will create satisfaction for its customers. After consumers are satisfied with the product or service they receive, consumers will compare the services provided. Service quality can affect consumer satisfaction and then have an impact on trust, and also consumer satisfaction can lead to consumer loyalty. The number of samples in this study were 100 Sicepat customers in Bangkinang. The data collection technique used a questionnaire with a total of 10 items for the service quality variable and 10 items for the customer satisfaction variable. The research method uses quantitative research methods using simple linear regression analysis techniques. Based on the results of the study, it can be concluded that service quality has a significant effect on customer satisfaction at Sicepat Bangkinang with a value of  $t_{count} > t_{table}$  or  $4.917 > 1.66055$  and a significant value of  $0.000 < 0.05$ . If the service quality variable 'increases' by 1 unit constant by 25,414 then customer satisfaction will also 'increase' by 0.340. The influence of service quality on Sicepat Bangkinang's customer satisfaction is 19.8%.

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction*

### PENDAHULUAN

Jasa pengiriman merupakan bidang yang menawarkan pelayanan dengan membantu konsumen dalam berbagai hal. Jasa pengiriman merupakan salah satu bidang jasa yang paling banyak di gunakan terutama pada zaman serba belanja online seperti saat ini. Jasa pengiriman sangat membantu mengirimkan perbelanjaan yang dilakukan secara online kepada pelanggan.

Dalam memasarkan barang dan jasa, perusahaan selalu dihadapkan pada pertanyaan, "mengapa konsumen membeli barang atau jasa tertentu?". jawabannya tidak dapat diterangkan secara langsung dari pengamatannya saja, tetapi dibutuhkan analisa perilaku konsumen yang lebih mendalam. Hal ini akan banyak membantu bagi manajer pemasaran untuk memahami "mengapa" dan "bagaimana" perilaku konsumen tersebut, sehingga perusahaan dapat mengembangkan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasanya secara baik.

Sicepat merupakan salah satu perusahaan kurir dan logistik besar yang didukung secara online yang tersebar luas di Indonesia, melayani pengiriman Express, serta distribusi di Indonesia. Layanan Regular mencapai kota dan kabupaten tujuan di seluruh Indonesia. Produk layanan yang mereka tawarkan sangat bervariasi namun Sicepat merupakan produk andalan Sicepat saat ini. Walaupun layanan Sicepat berpengaruh terhadap faktor lain seperti cuaca dan layanan penerbangan, namun dengan adanya berbagai penawaran dengan jaminan kualitas layanan merupakan komitmen Sicepat untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Menurut Arikunto (2006) pengertian populasi adalah keseluruhan obyek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2006). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa Sicepat Bangkinang pada tahun 2022 yang berjumlah 100 responden.

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diberikan peneliti pada responden untuk diberikan jawaban. Kuesioner terdiri dari pertanyaan terbuka, yaitu pertanyaan yang berkaitan dengan identitas responden serta pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang meminta responden untuk memilih salah satu jawaban yang telah tersedia. Penyusunan butir-butir pernyataan, kemudian dilanjutkan dengan penetapan skala pengukurannya. Instrumen setiap variabel berbentuk kuesioner dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari lima pilihan jawaban yaitu : sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju dengan skor nilai 5,4,3,2, dan 1.

2) Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan langsung kepada responden atau dengan pihak-pihak yang bersangkutan, yaitu dengan Sicepat Bangkinang guna mendapatkan data-data yang diperlukan.

3) Observasi

Pengamatan langsung yang dilakukan oleh penulis di tempat penelitian yaitu di Sicepat Bangkinang.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Identitas Responden**

Adapun hasil analisisnya terhadap data bahwa jenis kelamin responden terbanyak adalah wanita dengan jumlah 59 orang (59%) dan sisanya adalah pria dengan jumlah 41 orang (41%). Sebagian besar responden dengan jumlah 43 orang (43%) berumur 21 – 25 tahun dan sisanya 30 orang (30%) berumur 26 – 30 tahun, 17 orang (17%) berumur 15 – 20 tahun dan 10 orang (10%) berumur  $\geq$  31 tahun. Sebagian besar pekerjaan tingkat pendidikan responden adalah sarjana sebanyak 56 orang (56%) sisanya yaitu 27 orang (27%) tamatan SMA, 11 orang (11%) tamatan SMP, 4 orang (4%) tamatan Diploma dan 2 orang (2%) pegawai tamatan Magister. Sebagian besar pekerjaan responden adalah pelajar/ mahasiswa sebanyak 52 orang (52%) sisanya yaitu 31 orang (31%) karyawan swasta, 11 orang (11%) wiraswasta dan 6 orang (6%) pegawai negeri.

## Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil jawaban dari 100 orang responden dijabarkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jlh	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
1	Karyawan Sicepat dapat diandalkan dengan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat.	1	10	30	44	15	100	2,38 Kurang puas
		5	40	90	88	15	238	
2	Karyawan Sicepat mengirimkan barang jadwal secara akurat dan konsisten.	5	19	27	36	13	100	2,67 Cukup puas
		25	76	81	72	13	267	
3	Karyawan Sicepat secara pribadi selalu tanggap dalam pengurusan pengiriman dan pengambilan barang	31	47	22	0	0	100	4,09 Puas
		155	188	66	0	0	409	
4	Karyawan Sicepat secara pribadi selalu ingin membantu kesulitan konsumen dalam pengurusan pengiriman dan pengambilan barang	17	26	19	32	6	100	3,16 Cukup puas
		85	104	57	64	6	316	
5	Karyawan Sicepat memiliki pengetahuan, kemampuan dan keterampilan yang mumpuni dalam mengurus pengiriman dan pengambilan barang	53	47	0	0	0	100	4,53 Sangat puas
		265	188	0	0	0	453	
6	Karyawan SICEPAT dapat menjamin barang dapat dikirim dan diterima tepat sesuai prosedur	37	44	19	0	0	100	4,18 Puas
		185	176	57	0	0	418	
7	Karyawan SICEPAT memahami kebutuhan pelanggan dan memudahkan pelanggan untuk menghubungi	22	31	15	16	16	100	3,27 Cukup puas
		110	124	45	32	16	327	
8	Customer service SICEPAT mengedepankan komunikasi yang baik sehingga dapat dihubungi kapanpun dan dimanapun	1	0	30	52	17	100	2,16 Kurang puas
		5	0	90	104	17	216	
9	Ruang tunggu di Loker SICEPAT bersih dan seluruh barang tertata secara rapi	23	29	19	23	6	100	3,40 Puas
		115	116	57	46	6	340	
10	Ruangan pelayanan pengambilan dan pengiriman barang cukup luas dan bisa menampung jumlah pelanggan yang datang setiap harinya	22	31	15	16	16	100	3,27 Cukup puas
		110	124	45	32	16	327	
<b>Jumlah rata-rata</b>							<b>33,11</b>	<b>3,31</b>
<b>Jumlah item angket</b>							<b>10</b>	<b>Cukup puas</b>

Sumber: Data Olahan Peneliti 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa item nomor 8 mendapatkan rata-rata paling rendah, sehingga menurut pelanggan kurang puas dengan kualitas pelayanan dari aspek customer service Sicepat yang kurang mengedepankan komunikasi yang baik sehingga sulit dihubungi kapanpun dan dimanapun. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan mendapatkan jumlah rata-rata 3,31 dan tergolong cukup puas.

### Deskripsi Variabel Kepuasan pelanggan

Tabel 3. Deskripsi Variabel Kepuasan pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jlh	Rata-Rata
		5	4	3	2	1		
1	SICEPAT merupakan jasa pengiriman barang yang terkenal dan sudah banyak digunakan konsumen	53	47	0	0	0	100	4,53 Sangat puas
		265	188	0	0	0	453	
2	Pengiriman barang dengan SICEPAT lebih terjamin daripada jasa pengiriman barang lainnya	19	24	34	14	9	100	3,30 Cukup puas
		95	96	102	28	9	330	
3	SICEPAT menawarkan pilihan paket yang lebih banyak dan bervariasi sehingga memudahkan keinginan konsumen	53	47	0	0	0	100	4,53 Sangat puas
		265	188	0	0	0	453	
4	SICEPAT menawarkan pilihan paket yang lebih murah daripada jasa pengiriman lainnya	0	10	31	44	15	100	2,36 Kurang puas
		0	40	93	88	15	236	
5	Kurir SICEPAT mengutamakan kualitas pengiriman yang akurat dan sesuai dengan jadwal penerimaan barang	4	16	7	57	16	100	2,35 Kurang puas
		20	64	21	114	16	235	
6	Jadwal dan status pengiriman barang dengan menggunakan SICEPAT dapat diakses dimanapun dan kapanpun	45	55	0	0	0	100	4,45 Sangat puas
		225	220	0	0	0	445	
7	Saya merasa lebih puas menggunakan jasa pengiriman SICEPAT daripada pilihan jasa pengiriman lainnya	17	43	19	15	6	100	3,50 Puas
		85	172	57	30	6	350	
8	Saya selalu setia dan percaya dengan jasa pengiriman SICEPAT	17	24	34	16	9	100	3,24 Cukup puas
		85	96	102	32	9	324	
9	Saya bisa menggunakan jasa pengiriman SICEPAT kapanpun dan dimanapun	45	39	16	0	0	100	4,29 Sangat puas
		225	156	48	0	0	429	
10	SICEPAT dapat mengirimkan barang kemanapun di wilayah pelosok di Indonesia	36	43	17	4	0	100	4,11 Puas
		180	172	51	8		411	
Jumlah rata-rata							36,66	3,66
Jumlah item angket							10	Puas

Sumber: Data Olahan SPSS 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa item nomor 8 mendapatkan rata-rata paling rendah, sehingga menurut pelanggan kurir SICEPAT kurang mengutamakan kualitas pengiriman yang kurang akurat dan tidak sesuai dengan jadwal penerimaan barang. Secara keseluruhan, kepuasan pelanggan mendapatkan jumlah rata-rata 3,31 dan tergolong puas.

### Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas instrumen dengan menggunakan software SPSS 20, nilai validitas dapat dilihat pada kolom *corrected item-total correlation*. Jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada angka kritik ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) maka instrumen tersebut dikatakan valid. Nilai  $r_{tabel}$  untuk jumlah sampel 53 ( $df - 2$  atau  $100 - 2 = 98$ ) pada taraf kesalahan 0,05 didapatkan nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,1654 (Sudijono, 2011:402) sedangkan uji reliabilitas data dilakukan dengan melihat nilai *cronbach's alpha*. Jika nilai *cronbach's alpha*  $> 0,600$  maka indikator variabel penelitian tersebut dapat dinyatakan reliabel. Hasil uji validitas dan reliabilitas seluruh item pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas pelayanan (X)	1	0,324	0,1654	Valid
	2	0,426	0,1654	Valid
	3	0,551	0,1654	Valid
	4	0,441	0,1654	Valid
	5	0,545	0,1654	Valid
	6	0,318	0,1654	Valid
	7	0,302	0,1654	Valid
	8	0,351	0,1654	Valid
	9	0,234	0,1654	Valid
	10	0,462	0,1654	Valid
Kepuasan pelanggan (Y)	1	0,612	0,1654	Valid
	2	0,404	0,1654	Valid
	3	0,405	0,1654	Valid
	4	0,673	0,1654	Valid
	5	0,667	0,1654	Valid
	6	0,535	0,1654	Valid
	7	0,561	0,1654	Valid
	8	0,519	0,1654	Valid
	9	0,656	0,1654	Valid
	10	0,696	0,1654	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan variabel termasuk valid karena seluruh nilai *corrected item-total correlation*  $> 0,1654$

### Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>cronbach alpha</i>	efisien reliabilitas	Keterangan
Kualitas pelayanan (X)	0.731	$> 0,600$	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0.850	$> 0,600$	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,600 sehingga dinyatakan reliabel.

### Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Pengujian ini dilakukan untuk melihat bentuk arah dari pengaruh yang berarti, apabila variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat. Hasil uji regresi linier sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + \epsilon$$

$$Y = 25,414 + 0,340 + \epsilon$$

Dimana :

- Y = Kepuasan pelanggan
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X = Kualitas pelayanan
- E = Epsilon (*standar error*)

Berdasarkan persamaan tersebut, didapatkan nilai konstanta (*a*) untuk persamaan kepuasan pelanggan sebesar 25,414 selanjutnya didapatkan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (*bX*) sebesar 0,340 dan  $\epsilon$  (epsilon) sebagai variabel lain yang tidak diteliti. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut; “Apabila variabel kualitas pelayanan ‘meningkat’ 1 satuan secara *constant* sebesar 25,414 maka kepuasan pelanggan akan ‘meningkat’ pula sebesar 0,340”.

### Hasil Uji t

Pengujian ini dilakukan uji secara parsial data untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t atau  $t_{hitung}$  dan untuk itu perlu diadakan perbandingan antara  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Dalam penelitian ini nilai diketahui  $t_{tabel}$  pada sampel 100 ( $df - 2$  atau  $100 - 2 = 98$ ) adalah 1,66055 pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  yang artinya kemungkinan kesalahan yang ditolerir adalah 5%. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.414	2.309		11.006	.000
	KUALITAS_PELAYANAN	.340	.069	.445	4.917	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,917 > 1,66055$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dengan demikian maka hipotesis diterima, yaitu “kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sicepat Bangkinang”.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya dalam bentuk persentase. Nilai *r square* yang mendekati satu berarti variabel-variabel independennya memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.445 <sup>a</sup>	.198	.190	3.18631

a. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN  
 b. Dependent Variable: KEPUASAN\_PELANGGAN

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *R square* adalah sebesar 0,198 dipersentasekan (0,198 x 100) menjadi 19,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sicepat Bangkinang sebesar 19,8% dan sisanya sebesar 80,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

**Pembahasan**

Mayoritas responden adalah wanita berumur 20 – 30 tahun dengan tingkat pendidikan sarjana dan bekerja sebagai pelajar/ mahasiswa. Berdasarkan hasil deskripsi data, diketahui bahwa dari total rata-rata menunjukkan kualitas pelayanan Sicepat Bangkinang dinilai cukup puas oleh responden dan kepuasan pelanggan tergolong puas.

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri.

Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk dapat menciptakan para konsumen yang merasa puas, manajemen perusahaan harus mengetahui hal-hal yang menyebabkan terciptanya kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (1997) terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan tercipta loyalitas konsumen, dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kualitas jasa dan pelayanan juga seiring waktu terus menerus harus ditingkatkan oleh perusahaan karena hakikatnya kebutuhan dan harapan pelanggan juga bersifat dinamis, ditambah lagi dengan persaingan yang juga semakin ketat. Dan apabila perusahaan dapat terus menerus mempertahankan dan meningkatkan kualitas jasa dan pelayanan maka diharapkan akan berdampak terhadap peningkatan produktivitas. Produktivitas meningkat akan menghasilkan biaya yang lebih rendah, dan akan berdampak terhadap meningkatnya nilai tambah bagi pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang mendapatkan nilai tambah dari jasa dan pelayanan perusahaan sudah dipastikan bahwa keuntungan dan market share perusahaan juga akan meningkat.

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan temuan yang telah dibahas, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Sicepat Bangkinang dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $4,917 > 1,66055$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .
- 2) Apabila variabel kualitas pelayanan ‘meningkat’ 1 satuan secara constant sebesar 25,414 maka kepuasan pelanggan akan ‘meningkat’ pula sebesar 0,340.
- 3) Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sicepat (SICEPAT) Bangkinang adalah sebesar 19,8%

**DAFTAR PUSTAKA**

Berman, B., dan Evans JR. 2010. *Retail Management: A Strategic Approach (6th Edition)*. New York: Macmillan.  
 Dita Murinda Katarika dan Syahputra. (2017). Pengaruh *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* di Bandung. *Jurnal Ecodemica*, Vol. 1 No. 2 September 2017.  
 Duwi Priyatno. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi



- Esti Wulansari dan Tri Sudarwanto (2010). Pengaruh *cafe atmosphere* dan harga terhadap keputusan pembelian pada pos shop Coffee Toffee Simpang. Skripsi Universitas Negeri Surabaya.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Levy, Michael., dan Weitz, Barton A. (2007). *Retailing Management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Lupiyodadi, Rambat. (2010). *Manajemen pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lyon, Heather. (2009). *Coffe Shop and Lunch Bar (riset bisnis)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mariska. (2010). *Buku Pintar Hidup Sehat*. Jakarta: Gramedia.
- Mowen dan Minor. 2008. *Perilaku Konsumen jilid 2 edisi 4*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Panggabean, Edy. 2011. *Mengeruk untung dari bisnis kopi*. AgroMedia Pustaka.
- Puspita Intan, dan Hidayat, K. (2015). *Pengaruh atribut produk terhadap psikologis konsumen yang berdampak terhadap keputusan pembelian. (Studi pada Konsumen Kopi Kapal Api Jl. Jaksa Agung Suprpto Gang 1 RW.02 Kelurahan Samaan Kecamatan Klojen Kota Malang Provinsi Jawa Timur)*. Jurnal Administrasi dan Bisnis (JAB) Vol. 25 No. 1, Agustus 2015.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. (2002). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Swastha, Basu. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi V. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Tciptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kelima. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utami, Christina Widya. (2010). *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salemba Empat.
- Vania Pramatatya, Mukhamad Najib, dan Dodik ridho Nurrochmat (2015). Pengaruh atmosfer kedai kopi terhadap emosi dan keputusan pembelian ulang. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, Vol. 12 No. 2, Juli 2015.
- Widayat, L.H., dan Suhermin (2015). Pengaruh *store atmosphere* dan *word of mouth* terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4*, Nomor 11, November 2015.
- David, Fred. R. 2006. *Strategic Management*. Terjemahan Sulistio, Paulyn dan Muhardika, Hardayin, Salemba Empat. Jakarta.
- Dunia Bisnis*. PT Grasindo, Jakarta.
- Dwi Priyatno. 2008. *Mandiri Belajar SPSS. (Statiscal Product And Service)*
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- <http://bisnisukm.com/strategi-meningkatkan-kepuasan-pelanggan.html>
- <http://triatmojo.wordpress.com/2006/09/24/mengukur-kepuasan-pelanggan/>
- Istijanto. 2012. *Strategic Management*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Keller., 2009, *Manajemen Pemasaran*. PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran Sudut Pandang Asia*. PT. Indeks. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. A., 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Marom, Chairul. 2002. *Sistem Akuntansi Perusahaan Dagang*. Grasindo: Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Siagian, Yolanda, M. 2005. *Aplikasi Supply Chain Management Dalam*
- Simamora, Henry. 2008. *Manajemen Pemasaran Internasional*, Edisi III, Salemba Empat, Jakarta
- Stephan, Schiffman. 2006. *Mitos Penjualan Yang Paling Berbahaya (dan Kiat Untuk Menghindarinya)*. PT. Bhuana Ilmu Populer.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Suyanto, M. 2007. *Strategic Managemet*. CV Andi, Yogyakarta.
- Swasta, Basu. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi V. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, penerbit: Andi offset, Edisi Keempat, Cetakan Pertama, Yogyakarta.
- Zaini, Achmad. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jurnal Penelitian . Jurusan