

PENGARUH KECEPATAN PELAYANAN, FASILITAS, DAN KENYAMANAN TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN NAN KANDUANG

Febriana Maharani^{*1}, Muhammad Fadli Luran², Samad³

^{1,2,3}Prodi Manajemen, Universitas Ibnu Sina, Batam, Indonesia

¹221061201217@uis.ac.id, ²fadli@uis.ac.id, ³samad@uis.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kecepatan pelayanan, fasilitas, dan kenyamanan tempat terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Nan Kandung, Batam. Latar belakang penelitian ini didasari oleh semakin ketatnya persaingan industri kuliner yang menuntut pelaku usaha memperhatikan kualitas pengalaman konsumen secara menyeluruh, bukan sekadar mengandalkan keunggulan produk makanan semata. Pendekatan kuantitatif kausalitas diterapkan dengan melibatkan 99 responden yang diperoleh melalui rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10% dan teknik *incidental sampling* dari populasi 6.890 konsumen periode Oktober–Desember 2025. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala *Likert*, didukung observasi dan wawancara, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji *t*, uji *F*, serta koefisien determinasi berbantuan *SPSS*. Hasil penelitian membuktikan bahwa secara parsial maupun simultan, ketiga variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai *F* hitung $146,536 > F$ tabel $2,70$, signifikansi $0,000 < 0,05$, dan R^2 sebesar $0,822$, yang berarti $82,2\%$ variasi kepuasan konsumen dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya $17,8\%$ dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: kecepatan pelayanan, fasilitas, kenyamanan tempat, kepuasan konsumen, regresi linear berganda

Abstract: This study aims to analyze the effect of service speed, facility adequacy, and place comfort on customer satisfaction at Nan Kandung Restaurant, Batam. This research is motivated by increasingly intense competition in the culinary industry, which requires business operators to pay attention to the overall consumer experience, not merely relying on food quality alone. A quantitative causal approach was applied involving 99 respondents selected through the *Slovin* formula with a 10% error rate and *incidental sampling* from a population of 6,890 customers during October–December 2025. Data were collected via *Likert-scale* questionnaires, supported by observation and interviews, then analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, *t*-test, *F*-test, and coefficient of determination with *SPSS*. The results prove that service speed, facilities, and place comfort—both partially and simultaneously—have a positive and significant effect on customer satisfaction, with an *F*-value of 146.536 exceeding the *F*-table of 2.70 , significance of $0.000 < 0.05$, and R^2 of 0.822 , meaning 82.2% of the variation in customer satisfaction is explained by the three variables, while the remaining 17.8% is influenced by other factors outside this study.

Keywords: service speed, facility, place comfort, customer satisfaction, multiple linear regression

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor kuliner di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan perubahan *lifestyle* masyarakat yang semakin dinamis dan meningkatnya kecenderungan menjadikan

aktivitas makan sebagai bagian dari interaksi sosial. Kondisi ini menciptakan persaingan yang semakin ketat di antara pelaku usaha restoran, sehingga tidak cukup hanya mengandalkan kualitas produk makanan sebagai keunggulan kompetitif. Kualitas

pelayanan secara menyeluruh menjadi penentu utama dalam membentuk persepsi dan kepuasan konsumen (Absari, 2024). Kepuasan konsumen merupakan aspek kritis dalam keberlangsungan usaha jangka panjang, karena konsumen yang puas berpotensi melakukan pembelian ulang sekaligus merekomendasikan usaha tersebut kepada pihak lain, sedangkan konsumen yang tidak puas cenderung beralih ke pesaing dan menyebarkan pengalaman negatif yang dapat merusak reputasi usaha (Azhari & Ali, 2024).

Rumah Makan Nan Kandang merupakan usaha kuliner berbasis makanan tradisional yang berlokasi di Batam. Meskipun memiliki keunikan dalam mengangkat nilai budaya lokal, rumah makan ini menghadapi berbagai permasalahan operasional yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumennya. Berdasarkan observasi awal, ditemukan bahwa pada jam sibuk terjadi penumpukan antrian di area pemesanan dan penyajian, pelayan kewalahan melayani banyak pesanan secara bersamaan, serta muncul kesalahan kecil seperti pesanan yang tertukar. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kecepatan pelayanan belum berjalan secara optimal dan konsisten (Azar, 2022). Selain itu, keterbatasan jumlah meja dan kursi pada kondisi penuh, area parkir yang padat, serta fasilitas pendukung yang tidak segera dibersihkan setelah digunakan turut menurunkan kenyamanan konsumen (Akbar et al., 2021). Dari sisi kenyamanan tempat, jarak antar meja yang terlalu rapat, tingkat kebisingan yang tinggi, sirkulasi udara yang kurang optimal, serta kebersihan yang tidak selalu terjaga menyebabkan konsumen merasa kurang betah. Berbagai permasalahan tersebut mencerminkan adanya kesenjangan antara harapan konsumen dan kenyataan yang dirasakan, sehingga tingkat kepuasan konsumen berpotensi menurun.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dirancang untuk mengkaji secara empiris pengaruh kecepatan pelayanan, fasilitas, dan kenyamanan tempat terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Nan

Kandang. Hasil penelitian diharapkan menjadi dasar rekomendasi perbaikan operasional yang terukur bagi pihak manajemen, sekaligus memperkaya kajian ilmiah di bidang manajemen pemasaran jasa kuliner. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: apakah kecepatan pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen; apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen; apakah kenyamanan tempat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen; serta apakah ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Rumah Makan Nan Kandang.

Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kecepatan pelayanan, fasilitas, dan kenyamanan tempat terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan, di Rumah Makan Nan Kandang. Kerangka teoritik penelitian ini berlandaskan pada konsep kepuasan konsumen yang dikemukakan oleh (Astria, 2021), yang menyatakan bahwa kepuasan terbentuk dari perbandingan antara harapan dan persepsi aktual konsumen terhadap layanan yang diterima. Kecepatan pelayanan dimaknai sebagai kemampuan penyedia jasa dalam merespons dan memenuhi kebutuhan konsumen secara tepat waktu (Fauzi, 2024; Hermawan et al., 2022; Iswaridewi et al., 2024). Fasilitas dipahami sebagai ketersediaan dan kelengkapan sarana fisik yang mendukung aktivitas konsumen selama berada di lokasi usaha. Adapun kenyamanan tempat berkaitan dengan kondisi lingkungan fisik dan psikologis yang dirasakan konsumen, mencakup aspek suhu, sirkulasi udara, pencahayaan, kebisingan, serta penataan ruang. Penelitian terdahulu oleh (Bahri et al., 2022) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 71,40% terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini memperluas kajian tersebut dengan menambahkan variabel kenyamanan tempat sebagai faktor yang diduga turut menentukan tingkat kepuasan konsumen, khususnya pada usaha kuliner berbasis makanan tradisional.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Grand Theory: Teori Kepuasan Konsumen

Teori kepuasan konsumen menjadi fondasi utama dalam penelitian ini. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai respons emosional yang timbul sebagai hasil evaluasi konsumen terhadap pengalaman menggunakan suatu produk atau jasa, yakni perbandingan antara harapan sebelum transaksi dan kinerja aktual yang dirasakan setelahnya (Jumawan, 2024). Apabila kinerja aktual melampaui harapan, konsumen akan merasakan kepuasan yang tinggi bahkan kegembiraan; sebaliknya, kinerja yang berada di bawah harapan akan menimbulkan ketidakpuasan. Kepuasan konsumen bukan sekadar kondisi rasional, melainkan juga mengandung dimensi emosional berupa perasaan senang, bangga, dan lega yang muncul setelah konsumen berinteraksi dengan layanan yang diterima. Dalam konteks usaha kuliner, kepuasan konsumen diukur melalui lima indikator, yaitu: kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan kepada pihak lain, perasaan puas secara emosional, serta tidak adanya keluhan yang berarti. Kelima indikator tersebut mencerminkan keseluruhan pengalaman konsumen secara holistik, mulai dari aspek kognitif hingga afektif, sehingga menjadi tolok ukur yang komprehensif dalam menilai kualitas layanan sebuah usaha restoran.

2. Middle Theory: Teori Kualitas Pelayanan

Teori kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry menjadi landasan *middle theory* dalam penelitian ini. Teori ini menjelaskan bahwa penilaian konsumen terhadap kualitas layanan lahir dari adanya kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi aktual terhadap layanan yang diterima (Krisdayanto & Haryono, 2020). Salah satu dimensi utama dalam teori ini adalah daya tanggap, yang secara langsung berkaitan dengan kecepatan pelayanan. Kecepatan pelayanan mencerminkan kemampuan penyedia jasa dalam merespons kebutuhan konsumen secara

tepat waktu, mulai dari kesigapan karyawan menyambut konsumen, kecepatan pencatatan pesanan, kecepatan penyajian hidangan, hingga efisiensi proses pembayaran dan penanganan keluhan (Pelasula et al., 2024). Konsumen yang memperoleh layanan cepat dan tanggap cenderung merasakan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang harus menunggu lama tanpa kejelasan.

3. Applied Theory: Fasilitas dan Kenyamanan Tempat dalam Konteks Usaha Kuliner

Pada tataran *applied theory*, penelitian ini mengintegrasikan konsep fasilitas dan kenyamanan tempat sebagai faktor penentu kepuasan konsumen di sektor kuliner. Fasilitas didefinisikan sebagai keseluruhan sarana fisik yang disediakan oleh pelaku usaha untuk mendukung kelancaran aktivitas konsumen selama berada di lokasi, meliputi ketersediaan meja dan kursi yang memadai, kebersihan toilet, area parkir, serta kemudahan akses terhadap seluruh sarana yang ada (Pratamah, 2025). Kelengkapan dan kondisi fasilitas yang baik terbukti berkontribusi secara signifikan terhadap pembentukan persepsi positif konsumen dan peningkatan kepuasan.

Adapun kenyamanan tempat merupakan penilaian subjektif konsumen terhadap kondisi lingkungan fisik dan psikologis selama berada di lokasi usaha, yang mencakup aspek suhu ruangan, sirkulasi udara, tingkat kebisingan, pencahayaan, desain interior, serta penataan ruang secara keseluruhan. Lingkungan yang nyaman mendorong konsumen untuk berlama-lama, meningkatkan keterikatan emosional dengan tempat tersebut, dan memperbesar kemungkinan kunjungan ulang. Penelitian (Pally, 2023) membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berkontribusi sebesar 71,40% terhadap kepuasan konsumen, sehingga memperkuat relevansi ketiga variabel yang dikaji dalam penelitian ini.

Keberhasilan suatu usaha dalam mempertahankan konsumen tidak terlepas dari kemampuan pengelola dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan

dan memuaskan. Hal ini sejalan dengan temuan (Luran et al., 2022) yang membuktikan bahwa faktor-faktor lingkungan dan stimulus yang diberikan oleh penyedia jasa, seperti penataan tempat dan tampilan produk, terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku dan keputusan konsumen. Dalam konteks usaha kuliner, stimulus tersebut dapat berupa kecepatan pelayanan, kelengkapan fasilitas, serta kenyamanan lingkungan fisik tempat usaha. Konsumen yang mendapatkan pengalaman positif selama berada di lokasi usaha cenderung merasa puas dan memiliki keinginan lebih besar untuk melakukan kunjungan ulang. Oleh karena itu, pengelola usaha kuliner perlu memperhatikan seluruh elemen layanan secara menyeluruh, bukan hanya kualitas produk makanan semata, demi terciptanya kepuasan konsumen yang optimal dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe kausalitas, yang dirancang untuk menguji dan membuktikan hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan variabel terikat secara terukur dan sistematis. Lokasi penelitian bertempat di Rumah Makan Nan Kandang, Belian, Kecamatan Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau, dan dilaksanakan pada periode Oktober 2025 hingga awal 2026.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan kunjungan dan pembelian di Rumah Makan Nan Kandang selama periode Oktober hingga Desember 2025, yang berdasarkan data wawancara dengan pemilik usaha tercatat berjumlah 6.890 orang. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus *Slovin* dengan toleransi kesalahan sebesar 10%, sehingga diperoleh sampel sebanyak 99 responden. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah *incidental sampling*, yakni konsumen

yang secara kebetulan dijumpai dan bersedia berpartisipasi dalam penelitian (Sugiyono, 2020).

3. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui tiga instrumen, yaitu observasi langsung terhadap kondisi pelayanan dan fasilitas, wawancara dengan pihak pengelola untuk memperoleh data pendukung, serta penyebaran kuesioner kepada responden sebagai instrumen utama. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan diukur menggunakan *Skala Likert* berjenjang 1 hingga 5 (Sarwono, 2021). Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach* dengan nilai ambang batas di atas 0,60.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilaksanakan secara kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Tahapan analisis meliputi uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas, guna memastikan kelayakan model regresi yang digunakan. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh kecepatan pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), dan kenyamanan tempat (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y) (Pamungkas et al., 2024). Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel, uji F untuk menguji pengaruh simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variasi pada variabel terikat (Sugiyono, 2011).

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 99 responden yang merupakan konsumen Rumah Makan Nan Kandang. Berdasarkan hasil pengolahan data,

mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 52 orang (52,5%), sementara perempuan sebanyak 47 orang (47,5%). Dari sisi rentang usia, kelompok terbesar berada pada kisaran 20–30 tahun sebanyak 70 orang (70,7%), yang mengindikasikan bahwa segmen produktif mendominasi kunjungan ke rumah makan tersebut. Berdasarkan jenis pekerjaan, mahasiswa menjadi kelompok terbesar dengan 52 orang (52,5%), diikuti karyawan 29 orang (29,3%). Adapun dari sisi frekuensi kunjungan, sebagian besar responden telah berkunjung lebih dari dua kali, yang menandakan adanya kecenderungan kunjungan berulang dari konsumen.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Mahasiswa	52	52,5
Karyawan	29	29,3
Lainnya	14	14,1
Wirausaha	4	4,0
Total	99	100,0

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

2. Hasil Uji Hipotesis

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, seluruh instrumen telah memenuhi syarat validitas dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,197), serta reliabilitas dengan nilai $Alpha\ Cronbach$ seluruh variabel di atas 0,60. Uji asumsi klasik juga menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai $Asymp. Sig.$ sebesar 0,200 > 0,05, bebas dari heteroskedastisitas dan multikolinearitas, sehingga model regresi dinyatakan layak digunakan.

Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan: $Y = 5,270 + 0,408 X_1 + 0,301 X_2 + 0,410 X_3$, yang berarti ketiga variabel bebas berkontribusi positif terhadap kepuasan konsumen. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai 0,822, artinya kecepatan pelayanan, fasilitas, dan kenyamanan tempat secara bersama-sama mampu menjelaskan 82,2% variasi kepuasan konsumen, sedangkan 17,8% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini (Sugiyono, 2020).

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji t) dan Uji Simultan (Uji F)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Keterangan
Kecepatan Pelayanan (X_1)	12,393	1,98	0,00	Berpengaruh Signifikan
Fasilitas (X_2)	10,072	1,98	0,00	Berpengaruh Signifikan
Kenyamanan Tempat (X_3)	12,194	1,98	0,00	Berpengaruh Signifikan
Uji F (Simultan)	146,53	2,70	0,00	Berpengaruh Signifikan

Sumber: Hasil olah data SPSS (2026)

Berdasarkan hasil uji t , kecepatan pelayanan (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} 12,393 > t_{tabel} 1,985 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_1 diterima. Fasilitas (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} 10,072 > 1,985 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_2 diterima. Kenyamanan tempat (X_3) memperoleh nilai t_{hitung} 12,194 > 1,985 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_3 diterima. Secara simultan, uji F menghasilkan nilai F_{hitung} 146,536 > F_{tabel} 2,70 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_4 diterima, yang berarti ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Krisdayanto & Haryono, 2020).

3. Pembahasan Teoretis

Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa kecepatan pelayanan merupakan variabel dengan koefisien $Beta$ tertinggi (0,538), menjadikannya faktor paling dominan dalam membentuk kepuasan konsumen di Rumah Makan Nan Kandang. Hasil ini selaras dengan kerangka $SERVQUAL$ yang dikembangkan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, di mana dimensi daya tanggap menjadi penentu utama persepsi kualitas layanan. Konsumen yang memperoleh respons cepat dan layanan tanggap terbukti memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi, sebagaimana dibuktikan oleh (Lubis, 2024).

Dari sisi fasilitas, kelengkapan dan keterjagaan sarana fisik terbukti memberikan kontribusi nyata terhadap pembentukan persepsi positif konsumen. Hal ini mendukung pandangan (Prawira, 2020) bahwa fasilitas yang mampu menunjang aktivitas konsumen secara langsung berkorelasi dengan

peningkatan kepuasan. Sebelumnya juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama menyumbang 71,40% terhadap kepuasan konsumen, dan penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menambahkan dimensi kenyamanan tempat.

Kenyamanan tempat yang mencakup sirkulasi udara, suhu ruangan, tata cahaya, kebisingan, dan penataan ruang terbukti turut menentukan pengalaman afektif konsumen selama bersantap (Iswaridewi et al., 2024). Konsumen yang merasakan kenyamanan secara fisik maupun psikologis cenderung lebih betah, lebih puas, dan memiliki keinginan lebih besar untuk melakukan kunjungan ulang. Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat teori kepuasan konsumen dari kepuasan terbentuk dari akumulasi pengalaman rasional sekaligus emosional yang diterima konsumen selama berinteraksi dengan seluruh elemen layanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kecepatan pelayanan, fasilitas, dan kenyamanan tempat masing-masing terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Rumah Makan Nan Kandung secara parsial, dengan nilai signifikansi seluruh variabel sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan oleh nilai *F* hitung sebesar 146,536 yang melampaui *F* tabel 2,70. Koefisien determinasi sebesar 0,822 mengindikasikan bahwa 82,2% variasi kepuasan konsumen mampu dijelaskan oleh ketiga variabel bebas tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar cakupan penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kecepatan pelayanan, kelengkapan fasilitas, serta terciptanya lingkungan yang nyaman merupakan strategi kunci yang harus diprioritaskan oleh pihak manajemen dalam upaya membangun kepuasan dan loyalitas konsumen jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Absari, R. (2024). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pada Bandar Udara: Faktor Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Tiket*. 1(4), 692–701.
- Akbar, M. F., Ariyanto, A., & Sudarsono, A. (2021). *Pengaruh Fasilitas Olahraga Terhadap Kepuasan Pelanggan Member Sport Club Meadow Terrace BSD*. 2(1), 21–28.
- Astria, N. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Intensitas Pembelian Ulang Melalui E-Commerce*. 1(1), 31–42.
- Azar, M. A. shony. (2022). *Pengaruh Kecepatan Layanan Dan Keramahan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dirumah Kopi Lamongan*. 12(2), 36–48.
- Azhari, F., & Ali, H. (2024). *Peran Inovasi Produk , Strategi Pemasaran , dan Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Kinerja Perusahaan*. 2(2), 72–81.
- Bahri, S., Siregar, A. A., Industri, J. T., Teknik, F., & Malikussaleh, U. (2022). *Analisis Kualitas Pelayanan Aplikasi Mobile Jkn Bpjs Kesehatan Menggunakan Metode Service Quality (Servqual)*. 11(1).
- Fauzi, D. A. (2024). *Pengaruh Strategi Pemasaran, Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Empiris Pada Cv Abadi Helm Semarang)*. 6, 81–100.
- Hermawan, D., Amelia, L. S., & Samudra, R. M. (2022). *Analysis of Warkop Teras as a hangout place for Jabodetabek students living in Surabaya*. 1(2), 207–223.
- Iswaridewi, P. N., Tannada, O. A., & Astuti, S. B. (2024). *Identifikasi Faktor Pemilihan Area Indoor dan Outdoor di Concept Café Berdasarkan Kenyamanan Aktivitas Pengunjung Factors for Selecting Indoor and Outdoor Areas at Concept Café*

- Identification Based on the Comfort of Visitor Activities.* 8(1), 125–134.
- Jumawan. (2024). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , dan Fasilitas Terhadap.* 1(July), 427–437.
- Krisdayanto, I., & Haryono, A. T. (2020). *Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan.*
- Lubis, A. L. (2024). *Pelatihan Peningkatan Kualitas Layanan Pelanggan Restoran RM Sederhana Winsor Batam.* 2(2), 197–210.
- Luran, M. F., Amirullah, Riswandhi, & Edward, F. (2022). THE EFFECT OF PRICE DISCOUNT, BONUS PACK, AND IN-STORE DISPLAY ON IMPULSE BUYING DECISIONS. *JURNAL JUMKA*, 2(1), 104–109.
- Pally, N. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Jawa Indah Kalabahi Kabupaten Alor.* 9(20), 537–552.
- Pamungkas, C., Prasetyo, G., Elsandi, R., Diah, A., & Abdullah, M. (2024). *Fasilitas Dan Pelayanan Berkualitas: Fondasi Kepuasan Pelanggan Pt. Kramat Djati Asri Sejati.* 6(2), 224–236.
- Pelasula, O., Tjokro, C. I., Nanulaitta, D. T., Tousalwa, C. C., Administrasi, J., Politeknik, N., & Ambon, N. (2024). *Pengaruh Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kabupaten Maluku Tengah.* 3(2), 455–464.
- Pratamah, A. V. H. (2025). *Customer Experience Dan Kepuasan Pelanggan Di Ocean Garden Suhat.* 3(7).
- Prawira, I. (2020). *Pengaruh Kompensasi, Kepemimpinan dan Fasilitas Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai.* 3(1), 28–40.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* In Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif.* Alfabeta, CV.