

## **Analisis *Customer Value* dan *Quick Service* terhadap Kepuasan Pelanggan di Connection 88 Cafe Medan**

**Siti Zharfa Rasyiqah\*, Beby Karina Fawzee Sembiring, Syafrizal Helmi Situmorang**

Magister Manajemen, Universitas Sumatera Utara

\*Correspondence: [sitizharfar@gmail.com](mailto:sitizharfar@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer value* dan *quick service* terhadap kepuasan pelanggan Connection 88 Cafe Medan. Nilai pelanggan yang diberikan oleh Connection 88 Cafe dinilai masih belum terpenuhi dan pelanggan juga belum mendapat pengakuan sosial yang baik ketika berada di Connection 88 Cafe. Pelayanan yang diberikan oleh Connection 88 Cafe juga dinilai masih kurang baik dan pelanggan merasa kurang nyaman terhadap kualitas dari makanan yang diterima. Penelitian ini adalah penelitian asosiatif dan jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Connection 88 Cafe yang berada di Kota Medan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 140 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria pernah melakukan pembelian di Connection 88 Cafe Medan. Analisis data yang digunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan *customer value* dan *quick service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Connection 88 Cafe Medan. Secara parsial, *customer value* dan *quick service* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Connection 88 Cafe Medan.

**Kata kunci:** customer value, kepuasan pelanggan, quick service.

### **ABSTRACT**

*This research aims to determine and analyze the influence of customer value and quick service on customer satisfaction at Connection 88 Cafe Medan. The customer value provided by Connection 88 Cafe is considered to have not been fulfilled and customers also have not received good social recognition when they are at Connection 88 Cafe. The service provided by Connection 88 Cafe is also considered to be poor and customers feel uncomfortable with the quality of the food they receive. This research is associative research and the type of data used is quantitative data. The population in this study were Connection 88 Cafe customers in Medan City. The number of samples in this study was 140 people with a sampling technique using purposive sampling with the criteria of having made a purchase at Connection 88 Cafe Medan. Data analysis used multiple linear regression analysis. The results of this research show that simultaneously customer value and quick service have a positive and significant effect on customer satisfaction at Connection 88 Cafe Medan. Partially, customer value and quick service have a positive and significant effect on customer satisfaction at Connection 88 Cafe Medan.*

**Keywords :** customer value, customer satisfaction, quick service.

### **PENDAHULUAN**

Bisnis merupakan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencari keuntungan. Di Indonesia, perkembangan bisnis terutama bidang usaha kuliner cafe terus mengalami peningkatan. Meningkatnya perkembangan cafe terjadi karena adanya peluang ekonomi yang terkait dengan kebutuhan ruang publik dan perubahan gaya hidup pada masyarakat yang saat ini senang menghabiskan waktu di cafe untuk kegiatan bersantai maupun bekerja. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan senang ataupun kecewa setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima dengan yang diharapkan (Zulkarnaen, et al., 2018). Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan harga dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan (Kotler & Armstrong, 2016). Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, manajer cafe perlu memikirkan bagaimana cara agar bisa menyentuh hati konsumen dengan pengalaman pelanggan yang baik.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan diantaranya adalah

*customer value* dan *quick service*. Untuk memenuhi keinginan pelanggan dan meningkatkan daya saing melawan perusahaan saingan, setiap perusahaan harus meningkatkan nilai (*value*) yang diperoleh pelanggan (Pine & Gilmore, 2014). Nilai yang diterima pelanggan (*customer delivered value*) adalah besarnya selisih nilai yang diberikan oleh pelanggan terhadap produk cafe yang ditawarkan kepadanya (*customer value*) dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk tersebut (*customer cost*) (Lupiyoadi, 2014).

*Quick service* merupakan ukuran seberapa cepat tingkat layanan yang mampu diberikan cafe kepada pelanggannya sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Fitria & Hidayat (2017) kualitas pelayanan adalah perbandingan antara persepsi konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya diharapkan. Choiriah & Liana (2019) mendefinisikan pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Slack et al. (2020) keberhasilan sebuah restoran bergantung kepada pemahamannya akan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Gong & Yi (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Connection 88 Cafe Medan merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner yang menawarkan beragam jenis menu minuman yang berbahan dasar kopi, susu, teh, dan mocktails, serta menu makanan ringan seperti snacks, dan menu makanan utama seperti nasi dan beragam jenis olahan mie khas Indonesia. Eksistensi usaha cafe di Kota Medan telah menjadi pemandangan sehari-hari di kalangan mahasiswa maupun pekerja. Connection 88 Cafe berharap produk yang dijual dapat diterima pasar.

**Tabel 1**  
**Jumlah Pengunjung Perbulan Connection 88 Cafe selama Tahun 2022-2023**

No.	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	November 2022	311
2.	Desember 2022	520
3.	Januari 2023	550
4.	Februari 2023	356
5.	Maret 2023	342
6.	April 2023	198
7.	Mei 2023	268
	Total	2.545

Sumber: Connection 88 Cafe

Tabel 1 menjelaskan data pengunjung diatas dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung Connection 88 Cafe mengalami penurunan yang diduga kepuasan pelanggannya juga menurun. Jumlah pengunjung Connection 88 Cafe mengalami kenaikan pada bulan Desember 2022 dan bulan Januari 2023, kemudian mengalami penurunan di bulan Februari hingga April 2023, lalu pengunjung mengalami kenaikan kembali pada bulan Mei 2023. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis *customer value* dan *quick service* terhadap kepuasan pelanggan di Connection 88 Cafe Medan.

#### Tinjauan Pustaka

*Customer value* atau nilai pelanggan adalah persepsi dari konsumen mengenai manfaat yang diterima oleh konsumen dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk suatu produk atau pelayanan sehingga dapat memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaing-pesaingnya (Chrystiantari & Suyanto, 2020). *Quick service* adalah instrumen untuk menilai persepsi konsumen tentang kecepatan pelayanan sebuah restoran. Food Quality mengacu pada beberapa ciri antara lain penyajian makanan, rasa, keragaman menu, kesehatan, dan kesegaran (Hanaysha, 2016). Mannan et al. (2019), yang menyatakan bahwa kualitas makanan dinilai sebagai salah satu faktor penentu paling penting dalam keputusan pelanggan untuk kembali ke restoran yang dipilih. Menurut Nugroho (2015) kepuasan pelanggan adalah salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran pada suatu perusahaan. Jika kinerja dan produk dianggap tidak memenuhi ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan kecewa, begitupun sebaliknya jika kinerja produk dianggap sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas.

## METODE

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian asosiatif adalah suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian berfokus pada pengaruh *customer value* dan *quick service* sebagai variabel independen terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Penelitian dilakukan di Connection 88 Cafe Medan. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Agustus-November 2023. Populasi penelitian adalah pelanggan Connection 88 Cafe Medan yang berkunjung pada periode November 2022-Mei 2023 yang berjumlah 2.545 orang dan jumlah sampel 140 karyawan dengan teknik *purposive sampling*.

**Tabel 2**  
**Instrumen Skala Likert**

No.	Alternative Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiono (2018)

## HASIL

**Tabel 3**  
**Uji Validitas Variabel**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1 <i>customer value</i>	X1.1	0,754	0,361	Valid
	X1.2	0,569	0,361	Valid
	X1.3	0,696	0,361	Valid
	X1.4	0,730	0,361	Valid
	X1.5	0,777	0,361	Valid
	X1.6	0,838	0,361	Valid
	X1.7	0,805	0,361	Valid
	X1.8	0,732	0,361	Valid
	X1.9	0,863	0,361	Valid
	X1.10	0,888	0,361	Valid
X2 <i>quick service</i>	X2.1	0,815	0,361	Valid
	X2.2	0,781	0,361	Valid
	X2.3	0,741	0,361	Valid
	X2.4	0,840	0,361	Valid
	X2.5	0,900	0,361	Valid
	X2.6	0,556	0,361	Valid
	X2.7	0,750	0,361	Valid
	X2.8	0,801	0,361	Valid
	X2.9	0,781	0,361	Valid
	X2.10	0,868	0,361	Valid
	X2.11	0,803	0,361	Valid
	X2.12	0,699	0,361	Valid
Y kepuasan pelanggan	Y.1	0,857	0,361	Valid
	Y.2	0,844	0,361	Valid
	Y.3	0,942	0,361	Valid
	Y.4	0,879	0,361	Valid
	Y.5	0,892	0,361	Valid
	Y.6	0,883	0,361	Valid

Sumber: data olahan

Tabel 1 menjelaskan bahwa nilai  $\alpha = 5\%$ , dengan  $n = 30$  diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Berdasarkan hasil uji validitas terhadap seluruh variabel menunjukkan bahwa seluruh nilai pearson correlation (r hitung) memiliki nilai di atas nilai r tabel. Nilai r hitung pada Corrected Item-Total

Correlation dibandingkan dengan nilai r tabel menunjukkan bahwa r hitung > r tabel (0,361) pada setiap butir pernyataan, yang berarti seluruh instrument 5 variabel penelitian (28 pernyataan) tersebut valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

**Tabel 4**  
**Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)**

No.	Variabel	Koefisien Cronbach's Alpha	Limit of Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	X1	0,918	0,6	Reliabel
2.	X2	0,934	0,6	Reliabel
3.	Y	0,940	0,6	Reliabel

Sumber: data olahan

Tabel 4 menjelaskan hasil uji reliabilitas diperoleh dari 30 konsumen yang pernah mengunjungi Connection 88 Cafe diluar sampel, diperoleh pada tingkat signifikansi 0,05 memiliki nilai koefisien Cronbach's Alpha > 0,6. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi atau telah reliabel.

## HASIL

Connection 88 Cafe Medan yang beralamat di Jalan Sari No. 23, Kedai Durian, Kec. Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia, memulai usahanya pada November 2022. Nama Connection 88 Cafe memiliki makna yaitu "koneksi" yang mempunyai arti yaitu modal dari membuka usaha cafe didapatkan owner dari hasil berkoneksi selama berorganisasi. Tujuan didirikannya Connection 88 Cafe untuk mengkoneksikan keseluruhan jaringan organisasi dan relasi yang telah dijaga dengan baik. Connection 88 Cafe memiliki fasilitas wifi, toilet, mushola, dan karaoke gratis untuk pelanggan.



Sumber: Connection 88 Cafe Medan

**Gambar 1**  
**Logo Connection 88 Cafe Medan**

Logo Connection 88 Cafe Medan dibuat dengan icon rantai yang bermakna terjalannya koneksi dan silaturahmi yang tidak pernah terputus. Dengan koneksi dan silaturahmi yang selalu terjalin dapat menambah rezeki yang tidak terputus. Makna tersebut sesuai dengan angka 88 pada nama Connection 88 Cafe yang berarti angka yang tidak putus sehingga diharapkan rezeki dari Connection 88 Cafe tidak pernah terputus. Dibagian bawah logo terdapat tulisan Café & Co Working Space yang memiliki arti bahwa Connection 88 Cafe selain menjadi tempat berkumpul untuk bersantai, namun juga dapat menjadi tempat berkerja untuk pelanggan yang datang.

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki – laki	76	54,3
Perempuan	64	45,7
Total	140	100,0

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin Laki-Laki sebanyak 76 responden atau 54,3%, dan responden yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 64 responden atau 45,7%. Sedangkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa responden yang berusia kurang dari 25 tahun sebanyak 54 responden atau 38,6%, berusia 25 – 40 tahun sebanyak 54 responden atau 38,6%, dan berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 32 responden atau 22,9%.

**Tabel 6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase
< 25 Tahun	54	38,6
25-40 Tahun	54	38,6
> 40 Tahun	32	22,9
Total	140	100,0

Sumber: data olahan

**Tabel 7**  
**Karakteristik Responden Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	43	30,7
Pegawai Negeri	22	15,7
Pegawai Swasta	25	17,9
Wiraswasta	27	19,3
Lain-Lain	23	16,4
Total	140	100,0

Sumber: data olahan

Tabel 7 dapat diketahui bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 43 responden atau 30,7%, yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri sebanyak 22 responden atau 15,7%, yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebanyak 25 responden atau 17,9%, yang memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta sebanyak 27 responden atau 19,3%, dan yang memiliki pekerjaan sebagai Lain-Lain sebanyak 23 responden atau 16,4%. Sedangkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa responden dengan waktu terakhir berkunjung 1- 4 minggu lalu sebanyak 129 responden atau 92,1%, dengan waktu terakhir berkunjung 1-3 bulan lalu sebanyak 10 responden atau 7,1%, dan dengan waktu terakhir berkunjung 6-12 bulan lalu sebanyak 1 responden atau 0,7%.

**Tabel 8**  
**Karakteristik Responden Waktu Terakhir berkunjung di Connection 88 Cafe**

Frekuensi Berkunjung	Frekuensi	Persentase
1-4 Minggu lalu	129	92,1
1-3 bulan lalu	10	7,1
6-12 bulan lalu	1	0,7
Total	140	100,0

Sumber: data olahan

**Tabel 9**  
**Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.957a	.916	.915	1.033

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 9 diperoleh hasil adjusted R<sup>2</sup> (koefisien determinasi) sebesar 0,915. Artinya bahwa 91,5% variabel Kepuasan Pelanggan akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Customer Value (X1), Quick Service (X2). Sedangkan sisanya 8,5% variabel Kepuasan Pelanggan akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sedangkan Tabel 10 menjelaskan jumlah sampel (n) sebanyak 140 responden, nilai F-hitung sebesar 744,499. Sedangkan F-tabel ( $\alpha = 0.05$  ; db regresi = 2 ; db residual = 137) adalah sebesar 3,062; F-hitung > F-

tabel yaitu  $744,499 > 3,062$  atau nilai Sig. F  $(0,000) < \alpha = 0.05$ ; maka model analisis regresi adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang didapatkan sudah baik.

**Tabel 10**  
**Pengujian Simultan**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1588.652	2	794.326	744.499	.000b
	Residual	146.169	137	1.067		
	Total	1734.821	139			

Sumber: data olahan

**Tabel 11**  
**Pengujian Parsial**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.059	.680		-1.557	.122
X1 (Customer Value)	.145	.026	.261	5.626	.000
X2 (Quick Service)	.407	.026	.726	15.619	.000

Sumber: data olahan

*Customer Value berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Connection 88 Cafe Medan.*

Hasil t-test antara X1 (Customer Value) dengan Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan t-hitung = 5,626. Sedangkan t-tabel ( $\alpha = 0.05$ ; db residual = 137) adalah sebesar 1,977; karena t-hitung  $>$  t-tabel yaitu  $5,626 > 1,977$  atau sig. t  $(0,012) < \alpha = 0.05$ ; maka pengaruh X1 (Customer Value) terhadap Kepuasan Pelanggan adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Customer Value atau dengan meningkatkan Customer Value maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan secara nyata.

Untuk meningkatkan Customer Value, Connection 88 Cafe Medan harus meningkatkan eksistensi cafe khususnya pada sosial value dan emotional value agar pelanggan merasa bangga bisa mengekspresikan kehidupan sosialnya dan mendapatkan pengakuan sosial ketika berkunjung ke Connection 88 Cafe. Selain meningkatkan eksistensi cafe, pihak pengelola Connection 88 Cafe juga harus membangun tingkat perasaan positif pelanggan agar pelanggan bisa merasa percaya diri selama menggunakan maupun mengkonsumsi produk Connection 88 Cafe sehingga kepuasan pelanggan pada Connection 88 Cafe akan semakin meningkat.

*Quick Service berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Connection 88 Cafe Medan.*

Hasil t-test antara X2 (Quick Service) dengan Y (Kepuasan Pelanggan) menunjukkan t-hitung = 15,619. Sedangkan t-tabel ( $\alpha = 0.05$ ; db residual = 134) adalah sebesar 1,977; karena t-hitung  $>$  t-tabel yaitu  $15,619 > 1,977$  atau sig. t  $(0,000) < \alpha = 0.05$ ; maka pengaruh X2 (Quick Service) terhadap Kepuasan Pelanggan adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Quick Service atau dengan meningkatkan Quick Service maka Kepuasan Pelanggan akan mengalami peningkatan secara signifikan.

Untuk meningkatkan Quick Service, Connection 88 Cafe Medan harus mengupgrade beberapa fasilitas seperti memperbesar/menyediakan halaman parkir yang luas untuk mempermudah pelanggan dalam memarkirkan kendaraannya, mengupgrade fasilitas toilet dan mushola agar terpisah antara perempuan dan laki-laki, menambah fasilitas air conditioner (ac) di ruangan indoor agar udara didalam Connection 88 Cafe terasa segar dan tidak panas, menambah fasilitas humidifier atau pewangi ruangan elektrik agar aroma yang terdapat pada Connection 88 Cafe terasa menenangkan dan membuat pelanggan merasa nyaman. Selain mengupgrade dan meningkatkan fasilitas cafe, pihak pengelola Connection 88 Cafe juga harus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada

pelanggan agar pelanggan merasa puas ketika berkunjung ke Connection 88 Cafe Medan.

## **SIMPULAN**

Customer Value dan Quick Service secara serempak (simultan) berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Connection 88 Cafe Medan. Dengan menggunakan uji-F, variabel bebas secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Customer Value memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Connection 88 Cafe Medan. Quick Service memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Connection 88 Cafe Medan. Quick Service pada hasil Uji-t memiliki nilai t hitung dan koefisien beta yang paling besar dibandingkan dengan Customer Value, sehingga Quick Service memiliki pengaruh yang paling kuat dan dominan terhadap Kepuasan Pelanggan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Choiriah, E. N., & Liana, L. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan C. *Jurnal Bereputasi*.
- Chrystiantari, M. C., & Suyanto, A. 2020. Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Customer Perceived Value E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(2), 215-224.
- Fitria, A., & Hidayat, I. 2017. Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6, 5.
- Gong, T. & Yi, Y. 2018. The effect of service quality on customer satisfaction, loyalty, and happiness in five Asian countries. *Psychology & Marketing*, 35(6), 427-442.
- Hanaysha, J. 2016. Testing the effects of food quality, price fairness, and physical environment on customer satisfaction in fast food restaurant industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31-40.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mannan, M., Chowdhury, N., Sarker, P. & Amir, R. 2019. Modelling customer satisfaction and revisit intention in Bangladeshi dining restaurants. *Journal of Modelling in Management*, 14(4), 922-947.
- Nugroho, S. 2015. *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Pine, B. Joseph, & Gilmore, J. H. 2014. A leader's guide to innovation in the experience economy. *Strategy and Leadership*, 42(1), 24-29.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Slack, Neale & Singh, Gurmeet & Sharma, Shavneet. 2020. The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*.
- Zulkarnaen, W., dan Amin, N. N. 2018. Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Terhadap Rema Laundry dan Simply Fresh Laundry di Jalan Cikutra Bandung). *Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi*.