

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN ANGKRINGAN LUMINTU DI KOTA MADIUN

Yogi Hardika Setiawan¹⁾, Apriyanti²⁾, Indra Ayu Fatmala³⁾

¹Universitas PGRI Madiun
yhardikasetiawan@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun
@unipma.ac.id

³Universitas PGRI Madiun
@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh faktor kualitas layanan (*tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) terhadap kepuasan konsumen angkringan lumintu di Kota Madiun. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kota Madiun yang pernah melakukan pembelian minimal 1 kali di angkringan lumintu. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan diperoleh sebanyak 384 responden. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini yaitu faktor kualitas layanan *tangible* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, faktor kualitas layanan *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, faktor kualitas layanan *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, faktor kualitas layanan *assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, faktor kualitas layanan *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan faktor kualitas layanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Faktor Kualitas Layanan *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, Kepuasan Konsumen.

PENDAHULUAN

Angkringan sendiri merupakan warung yang tidak permanen dengan suatu gerobak dan juga tenda yang pada umumnya buka pada sore hari hingga dini hari. Kata angkringan ini berasal dari bahasa Jawa yang berarti angkring atau nangkring yang berarti duduk santai atau duduk bebas (Melinda, 2014). Dahulu, angkringan hanya ada di kota Yogyakarta dan juga Surakarta, namun seiring dengan berjalannya waktu, angkringan tidak hanya ditemukan di Yogyakarta dan Surakarta saja namun angkringan sudah mulai menyebar ke beberapa daerah di Indonesia.

Angkringan dapat dijumpai di beberapa daerah yang ada di Indonesia, salah satunya adalah di kota Madiun, Jawa Timur. Di kota ini terdapat banyak sekali angkringan, mulai dari yang sederhana hingga yang fasilitasnya lengkap. Salah satu angkringan yang ada di kota Madiun yaitu angkringan lumintu, angkringan ini berlokasi di jalan Parikestit samping gor wilis madiun. Angkringan lumintu merupakan angkringan sederhana yang diminati banyak orang. Angkringan ini didirikan oleh bapak Iqbal pada tahun 2019. Lumintu sendiri berasal dari bahasa Jawa yang berarti mengalir, dengan memberi nama angkringan lumintu ini bapak Iqbal berharap rezekinya tidak terputus dan sedikit-sedikit tetapi terus mengalir, namun dalam empat bulan terakhir angkringan lumintu mengalami penurunan hasil penjualan, menurut bapak Iqbal penurunan hasil penjualan tersebut terjadi sejak bapak Iqbal mempekerjakan pegawai baru di angkringan lumintu

Gap research penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati dan daya tanggap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Panjaitan, 2016). Hal tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Safavi yang menghasilkan temuan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen kartu prabayar XL Axiata (Safavi, 2021).

Kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sangat menarik untuk diteliti menimbang dengan produk yang dijual sama namun banyaknya pembeli tidak sama. Berdasarkan pemaparan permasalahan diatas peneliti tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-Faktor Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Angkringan Lumintu di Kota Madiun”**.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan keseluruhan perilaku yang ditunjukkan konsumen atas suatu barang atau jasa setelah mereka mendapatkan serta menggunakannya (Yuniarti, 2015). Menurut Kotler kepuasan konsumen merupakan suatu kondisi dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima (Kotler, 2003).

Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono, kualitas layanan sebagai tolak ukur seberapa baiknya tingkat layanan yang diberikan, apakah sesuai dengan ekspektasi konsumen. Apabila layanan yang diterima konsumen sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan akan dianggap baik, jika layanan yang diberikan melampaui harapan konsumen maka kualitas layanan dianggap ideal, dan apabila layanan yang diberikan lebih rendah daripada harapan, konsumen maka kualitas layanan dapat dianggap buruk sehingga hal tersebut berpengaruh pada kepuasan konsumen (Tjiptono, 2005).

Menurut Wiwik Sulistiyowati, kualitas layanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara realita dan ekspektasi para konsumen atas layanan yang mereka terima. Dari definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan segala usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang disertai dengan ketepatan dalam penyampaian sehingga dapat sesuai dan berimbang dengan harapan konsumen. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen yaitu dengan meningkatkan kualitas layanan (Sulistiyowati, 2018).

Faktor-Faktor Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman dan Zeithm mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan, antara lain:

- 1) *Tangible* (bukti fisik) merupakan bukti langsung yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, material, penampilan karyawan serta sarana komunikasi. Menurut (Zeithaml V. , 2004) indikator *tangible* (bukti fisik), yaitu:
 - a) Kebersihan tempat yang selalu terjaga
 - b) Kerapian penampilan karyawan dalam melayani konsumen
 - c) Kenyamanan tempat transaksi
- 2) *Reliability* (reliabilitas) reliabilitas atau kehandalan merupakan kemampuan guna menghasilkan kinerja pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan pasti. Menurut (Tjiptono F. , 2014) indikator *reliability* (reliabilitas), yaitu:
 - a) Kemampuan dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan akurat serta memuaskan
 - b) Kemampuan dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera atau tepat waktu
 - c) Kemampuan dalam memberikan layanan yang memuaskan konsumen
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap) merupakan kemampuan pedagang dalam membantu konsumen serta memberikan layanan dengan tanggap. Menurut (Zeithaml V. , 2004) indikator *responsiveness* (daya tanggap), antara lain:
 - a) Karyawan merespon konsumen
 - b) Karyawan melakukan pelayanan dengan cepat
 - c) Karyawan melakukan pelayanan dengan tepat

- 4) *Assurance* (jaminan) merupakan keahlian, kemampuan, dapat dipercaya dan kesopanan yang harus dimiliki, sehingga bebas dari bahaya, resiko serta sikap ragu. Menurut (Zeithaml V. , 2004) indikator *assurance* (jaminan), yaitu:
 - a) Karyawan memberikan jaminan kepastian biaya dalam melayani konsumen
 - b) Karyawan memberikan jaminan tepat waktu dalam melayani konsumen
 - c) Karyawan memberikan jaminan biaya dalam melayani konsumen
- 5) *Empathy* (empati) merupakan kemudahan dalam berkomunikasi yang baik, perhatian serta memahami kebutuhan konsumen. Menurut (Zeithaml V. , 2004) indikator *empathy* (empati), antara lain:
 - a) Karyawan melayani dengan tidak membedakan konsumen
 - b) Karyawan melayani konsumen dengan sikap ramah
 - c) Karyawan melayani konsumen dengan sikap sopan santun

Memberikan dan mempertahankan kualitas layanan yang baik atau ideal pada konsumen bukan hal yang mudah, dan membutuhkan sikap konsisten. Konsumen merupakan penentu terakhir dalam menilai kualitas layanan. (Zeithm, 2009).

METODE PENELITIAN

Lokasi dalam penelitian ini yaitu di angkringan lumintu yang berada di jalan Parikesit, samping Gor Wilis Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Madiun yang pernah menjadi konsumen atau pelanggan di angkringan lumintu jalan Parikesit kota Madiun yang belum diketahui populasinya. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus *lemeshow* Berdasarkan rumus tersebut maka ukuran sampel dalam penelitian ini sebanyak 384,16 responden, namun untuk memudahkan peneliti, jumlah sampel dibulatkan menjadi 384 responden. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala likert. Metode Analisis data menggunakan SPSS versi 25 yaitu Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinearitas, Uji t, Uji f, Uji Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Madiun yang pernah menjadi konsumen atau pelanggan di angkringan lumintu jalan Parikesit kota Madiun, penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *lemeshow* dan menghasilkan sampel sebanyak 384 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini dilaksanakan dengan cara mengumpulkan data menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* yang kemudian disebar kepada responden. Data yang telah diperoleh dalam penelitian ini berasal dari responden yang pernah melakukan pembelian di angkringan

lumintu minimal 1 kali dengan karakteristik berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan terakhir.

1. Uji Normalitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.25828874
Most Extreme Differences	Absolute	.023
	Positive	.018
	Negative	-.023
Test Statistic		.023
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, uji normalitas menggunakan metode kolmogrov smirnov yang membuktikan bahwa nilai *asympt signifikansi* sebesar $0.200 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

2. Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.935	.690		31.784	.000
	Tangible	.310	.037	.302	8.370	.000
	Reliability	.246	.026	.185	9.488	.000
	Responsiveness	.350	.035	.347	10.028	.000
	Assurance	.735	.032	.450	22.812	.000
	Empathy	.198	.037	.198	5.300	.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen						

Sumber: Data Diolah SPSS (2023)

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.15 diatas variabel X_1 yaitu *tangible* mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 8.370, t_{tabel} sebesar 1.966 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai signifikasi *tangible* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan pemaparan diatas menunjukkan bahwa *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2) Pengujian Hipotesis Pertama (H_2)

Hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.15 diatas variabel X_2 yaitu *reliability* mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 9.488, t_{tabel} sebesar 1.966 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai signifikasi *reliability* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan pemaparan diatas menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3) Pengujian Hipotesis Pertama (H_3)

Hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.15 diatas variabel X_3 yaitu *responsiveness* mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 10.028, t_{tabel} sebesar 1.966 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai signifikasi *responsiveness* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan pemaparan diatas menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4) Pengujian Hipotesis Pertama (H_4)

Hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.15 diatas variabel X_4 yaitu *assurance* mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 22.812, t_{tabel} sebesar 1.966 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai signifikasi *assurance* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan pemaparan diatas menunjukkan bahwa *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

5) Pengujian Hipotesis Pertama (H_5)

Hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.15 diatas variabel X_5 yaitu *empathy* mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 5.300, t_{tabel} sebesar 1.966 sehingga t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} . Nilai signifikasi *empathy* $0.000 < 0,05$. Berdasarkan pemaparan diatas menunjukkan bahwa *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan dapat ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

3. Uji Signifikasi Simultasn (Uji f)

Tabel 4.16 Hasil Uji Signifikasi Simultan (uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4726.932	5	945.386	490.603	.000 ^b
	Residual	728.401	378	1.927		
	Total	5455.333	383			

- | |
|--|
| a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen |
| b. Predictors: (Constant), Empathy, Assurance, Responsiveness, Reliability, Tangible |

Sumber: Data Diolah SPSS (2023)

Nilai f_{tabel} pada tingkat signifikansi sebesar 0,05 dengan derajat bebas pembimbing 4 ($k-1 = 5-1$) serta derajat bebas penyebut ($n-k = 384-4$) 380 diperoleh f_{tabel} sebesar 2,40. Pada tabel 4.16 diatas diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 490.603. Apabila dibandingkan antara f_{hitung} dan f_{tabel} maka hasil f_{hitung} $490.603 > f_{\text{tabel}}$ 2,40. Hasil pengujian dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan data yang telah peneliti kumpulkan serta hasil pengujian yang telah dilaksanakan guna mengetahui pengaruh faktor-faktor kualitas layanan *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan konsumen angkringan lumintu di Kota Madiun, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor kualitas layanan *tangible* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen angkringan lumintu di Kota Madiu, yang artinya semakin baik *tangible* (bukti fisik) maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.
2. Faktor kualitas layanan *reliability* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen angkringan lumintu di Kota Madiun, yang artinya semakin baik *reliability* (kehandalan) maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.
3. Faktor kualitas *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen angkringan lumintu di Kota Madiun, yang artinya semakin baik *responsiveness* (daya tanggap) maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.
4. Faktor kualitas *assurance* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen angkringan lumintu di Kota Madiun, yang artinya semakin baik *assurance* (jaminan) maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.
5. Faktor kualitas *empathy* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen angkringan lumintu di Kota Madiun, yang artinya semakin baik *empathy* (empati) maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.
6. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen angkringan lumintu di Kota Madiun, yang artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka kepuasan konsumen juga akan semakin meningkat.

Adapun beberapa saran yang peneliti ajukan untuk pihak terkait dan juga peneliti selanjutnya, sebagai berikut:

1. Bagi Angkringan Lumintu

Bagi pihak angkringan lumintu di Kota Madiun dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan yang meliputi *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati) sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen daripada sebelumnya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Nilai determinasi sebesar 24,5% dan sisanya 75,5% yang dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas produk, harga produk dan biaya, sehingga dengan acuan tersebut peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel yang lain agar dapat mempengaruhi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Apriyanti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Survey pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2017.

Ansifino. *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.

Arie Sulistyawati, Ni Made. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar," *Jurnal Manajemen Unud*, 2015.

Barata, Atep. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004.

Efendi, J. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung" . *Jurnal Manajemen*, 2014.

Fikri, Sirhan, Wahyu Wiyani, and Agung Suwandaru. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2016.

Handayani, S.B, and M Taufik. "Analisa Keputusan Konsumen Warung Angkringan Yang Dipengaruhi Lokasi, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Warga Kos Di Kota Semarang)," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akutansi*, 2017.

Hanifa, R. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Layanan Go-Ride pada Bisnis Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Palembang". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2019.

- Indriyatni, Lies. “Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Dan Kecil”, 2013.
- Iqbal, Bapak. Angkringan Lumintu, 13 Mei 2023.
- . Pesaing Angkringan Lumintu di Kota Madiun, June 25, 2023.
- Irwana, A. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk Di Makassar,” 2017.
- Kaengke, B. L. "Pengaruh Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Unit Tateli". *Jurnal Productivity*, 2022.
- Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN-Maliki Press, 2009.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. 11th ed. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2003.
- L.A.M, Rismayanti. “Rekomendasi Paket Menu Angkringan Aru Tanjung Bias Dengan Algoritma Frequen Pattern Growth Berbasis Web,” *Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 2021.
- Lovelock, C. (2011). *Pemasaran Jasa Perspektif*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Lusiana, Lusiana, Salamun Pasda, Mustari Mustari, Muhammad Ihsan Said Ahmad, and Muhammad Hasan. “Pengaruh Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangibles Terhadap Kepuasan Konsumen GrabBike.” *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan* 3, no. 2 (2020): 34. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v3i2.14307>.
- Marnovita. "Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan". *Psikoborneo*, 2020.
- Marlina, E. “Pengembangan Model Pembelajaran Blended Learning Berbantuan Aplikasi Sevima Edlink,” *Jurnal Pedagogik*, 2020.
- Maulidi, Rachmad Hari. “Analisis Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Go-Food (Studi Pada Mahasiswa STIE Malangkecewara Malang),” 2020.

- Mulyapradana, Aria. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. Tempo Cabang Tegal," *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 2020.
- Mustofa, Bisri. *Metode Menulis Skripsi Dan Tesis*. Yogyakarta, 2009.
- N, Oktavia, and Hafizi M.R. "Peluang Bisnis Angkringan Di Kota Palangkaraya," *Jurnal Al-Qardh*, 2, no. 2 (2017): 101–8.
- N.F.A, Melinda. "Pengaruh Harga Dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Angkringan Di Kelurahan Sendanggad, Mlati, Sleman.," *Jurnal Manajemen*, 2014.
- Nugroho, A. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Lazada Express saat Harbolnas di E-Commerce". *Diponegoro Journal of Management*, 2018.
- Nurchayono, Okta Hadi. "Mekanisme Bertahan Pedagang Angkringan Di Era Disrupsi (Studi Modal Sosial Pada Pedagang Angkringan Di Kawasan Jl. Ki Hadjar Dewantara, Surakarta)," *Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Antropologi*, 2014.
- Patri, Eko. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Just Café Di Makassar," *Jurnal Manajemen*, 2021.
- Prasetyorini. *Kualitas Pelayanan Jasa*. Jakarta: Esensi Erlangga, 2003.
- Purnomo, Akbar. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- Ramadhan, F. "Kualitas Pelayanan sebagai Determinan Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi GrabBike di Yogyakarta". *Jurnal Fokus*, 2019.
- Rustanti, N. *Buku Ajar Ekonomi*. Yogyakarta: Deepublish, 2015.
- Sangadji, E. M, and Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2013.
- Sari, H. "Pengaruh Dimensi Kulaitas Pelayanan (Tangible, empathy, responsiveness, reliability dan assurance) terhadap Kepuasan Pelanggan Angkrutan Ojek Online Go-Jek pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung", 2018.
- Savafy, Vinny Dwi Rahmi. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kartu Prabayar," *Jurnal Manajemen*, 2021.

- Setiawan, Ajis, Nurul Qomariah, and Haris Hermawan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen." *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV. ALFABETA, 2014.
- . *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif , Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta, 2009.
- Sulistiyowati, Wiwik. *Kualitas Layanan: Teori Dan Aplikasinya*. 1st ed. Sidoarjo: UMSIDA Press, 2018.
- Tjiptono, F, and G Chandra. *Service, Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- Triastity, Rahayu, and SL Triyaningsih. "Pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2013.
- Wibowati, J. I. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Muarakati Baru Satu Palembang". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2023.
- Widyadmono, V Mardi, and Lilis Endang Wijayanti. "Warung Angkringan Bertahan Di Tengah Jaman: Membangun Kepuasan Melalui Kualitas Layanan," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 12, no. 1 (2023): 37–39.
- Wijaya, Toni. *Manajemen Kualitas Jasa*. 1st ed. Jakarta: PT. Indeks, 2011.
- Wulandari, Fitria. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Penyet Jogja Di Aceh Barat Daya.," *Jurnal Manajemen*, 2020.
- Wulansari, R. "Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Indomaret cabang Pondok Ranji". *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2020.
- Yuniarti, V. S. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*. 1st ed. Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.
- Zeithml, Valarie. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. McGraw-Hill: Singapore, 2009.