

PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN BERBASIS KEBUTUHAN PELANGGAN MELALUI INTEGRASI SERVQUAL DAN HOUSE OF QUALITY (STUDI KASUS PADA ALIJOY COFFEE, NANAS)

Elizabeth Grace Ronald¹

6032101021@student.unpar.ac.id

Universitas Katolik Parahyangan

Fernando Mulia^{*2}

fernando@unpar.ac.id

Universitas Katolik Parahyangan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan serta merumuskan strategi perbaikan berdasarkan kebutuhan pelanggan pada AliJoy Coffee Nanas. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan kualitatif dengan menggunakan model SERVQUAL dan metode House of Quality (HoQ). Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 100 pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi tangible memiliki kesenjangan pelayanan terbesar, khususnya pada aspek fasilitas fisik seperti tempat parkir dan koneksi wifi. Melalui pemetaan dalam HoQ, ditetapkan empat prioritas teknis utama untuk peningkatan layanan: pelaksanaan SOP layanan, pemahaman staf terhadap menu, kecepatan pelayanan, dan penanganan keluhan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa integrasi SERVQUAL dan HoQ dapat menjadi pendekatan yang efektif dan terstruktur dalam merancang strategi peningkatan kualitas layanan berbasis data pelanggan.

Kata kunci: *House of Quality*, Kualitas Pelayanan, SERVQUAL, AliJoy Coffee

ABSTRACT

This research aims to identify the gap between customer expectations and perceptions of service quality and to formulate improvement strategies based on customer needs at AliJoy Coffee Nanas. The research adopts a descriptive quantitative and qualitative approach, utilizing the SERVQUAL model and the House of Quality (HoQ) method. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires distributed to 100 customers. The analysis reveals that the tangible dimension shows the largest service gap, particularly in aspects such as parking availability and Wi-Fi connectivity. Through the HoQ mapping, four technical priorities for service improvement were determined: implementation of standard operating procedures (SOP), staff understanding of the menu, speed of service delivery, and responsiveness to customer complaints. These findings demonstrate that integrating SERVQUAL and HoQ is an effective and structured approach to designing data-driven strategies for enhancing service quality.

Keywords: *House of Quality*, Service Quality, SERVQUAL, AliJoy Coffee

PENDAHULUAN

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Industri makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan peningkatan yang signifikan dengan minat pasar yang tinggi. Berdasarkan data kinerja selama tiga tahun terakhir hingga kuartal II tahun 2024, terlihat adanya pertumbuhan yang konsisten setiap kuartalnya. Peningkatan sebesar 5,87% tercatat antara kuartal I dan kuartal II tahun 2024, yang mengindikasikan tingginya produktivitas, permintaan, serta kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi dalam sektor ini di Indonesia (dataindonesia.id, 2024). Industri makanan dan minuman juga disebutkan akan selalu memiliki permintaan dan pasar yang besar, sehingga memiliki persaingan yang ketat (esb.id, 2024). Di tingkat daerah, Kota Bandung sebagai salah satu destinasi wisata kuliner utama turut mengalami pertumbuhan pesat dalam jumlah kafe dan restoran. Hal ini menjadikan persaingan bisnis dalam sektor ini semakin kompetitif.

AliJoy Coffee Nanas, salah satu pelaku usaha kafe di Kota Bandung, menghadapi tantangan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kinerja layanan di tengah persaingan tersebut. Meskipun kafe ini memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak, data internal menunjukkan fluktuasi jumlah penjualan dan berbagai keluhan yang muncul dari pelanggan, seperti waktu tunggu pesanan yang lama, fasilitas wifi yang kurang stabil, hingga kapasitas tempat parkir yang terbatas. Permasalahan tersebut mengindikasikan adanya gap antara ekspektasi pelanggan dan kualitas pelayanan yang diterima.

Berdasarkan permasalahan tersebut,

dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa saja atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan AliJoy Coffee Nanas?
2. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan saat ini?
3. Strategi perbaikan seperti apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan?
4. Apa saja prioritas perbaikan yang perlu dilakukan oleh manajemen berdasarkan kebutuhan pelanggan?

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi atribut pelayanan yang dianggap krusial oleh pelanggan dan menganalisis persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang telah diterima. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi perbaikan pelayanan yang relevan serta menyusun prioritas implementasi perbaikan tersebut melalui penerapan metode *House of Quality* (HoQ). Untuk menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), yang mencakup lima dimensi kualitas pelayanan: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Metode *House of Quality* (HoQ), yang merupakan bagian dari pendekatan *Quality Function Deployment* (QFD), digunakan untuk menerjemahkan kebutuhan pelanggan menjadi karakteristik teknis yang dapat diterapkan oleh pihak manajemen (Cohen, 1995).

KAJIAN TEORI

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*) Kualitas pelayanan merupakan komponen esensial dalam penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan, terutama dalam

sektor jasa seperti industri kafe. Kualitas Pelayanan atau yang juga disebut SERVQUAL merupakan *grand theory* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), kualitas pelayanan dapat diukur berdasarkan lima dimensi utama: *tangible* (berwujud), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Dimensi ini membentuk dasar model SERVQUAL, yang banyak digunakan untuk mengidentifikasi kesenjangan antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap layanan yang diterima.

SERVQUAL merupakan alat ukur yang dikembangkan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan melalui perbandingan antara harapan dan persepsi pelanggan. Setiap dimensi dalam model ini memiliki peran penting, seperti *tangible* yang berkaitan dengan kondisi fisik tempat usaha, *responsiveness* yang menilai kecepatan dan kesiapan layanan, serta *assurance* yang menunjukkan kompetensi dan kepercayaan yang diberikan oleh penyedia jasa. Model ini telah diterapkan secara luas dalam berbagai penelitian kualitas layanan di sektor hospitality dan F&B (Ladhari, 2009). Berikut adalah definisi operasional dari masing-masing dimensi beserta indikator yang dikembangkan dari Parasuraman et al. (1988) dan diolah lebih lanjut oleh Bordoloi, Fitzsimmons, & Fitzsimmons(2019):

Tangibles (Berwujud) Dimensi ini mencakup aspek fisik dari penyedia layanan, meliputi fasilitas, peralatan, penampilan personel, dan media komunikasi yang digunakan. Secara spesifik, dimensi *Tangibles* merefleksikan kondisi tempat usaha seperti ketersediaan dan kebersihan area, fasilitas pendukung seperti toilet dan Wi-Fi, serta presentasi visual dari produk yang disajikan.

Reliability (Keandalan) Keandalan merujuk pada kemampuan penyedia layanan untuk melaksanakan layanan yang dijanjikan dengan akurat dan konsisten sesuai standar. Aspek-aspek yang termasuk dalam dimensi ini meliputi ketepatan dalam penyajian menu, konsistensi rasa dan kualitas produk, ketersediaan penuh dari menu yang ditawarkan, serta pelaksanaan pelayanan yang sesuai dengan prosedur operasional standar yang telah ditetapkan.

Responsiveness (Daya Tanggap) Dimensi Daya Tanggap mengukur kemauan dan kecepatan staf dalam memberikan bantuan serta layanan kepada pelanggan. Ini mencakup seberapa cepat makanan atau minuman disajikan setelah pemesanan, efektivitas dan kecepatan staf dalam menanggapi keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, serta kesiapan staf dalam memberikan respons terhadap pertanyaan atau permintaan informasi dari pelanggan.

Assurance (Jaminan) Jaminan berkaitan dengan pengetahuan, kesopanan staf, dan kemampuan mereka untuk menumbuhkan rasa percaya serta keyakinan pada pelanggan. Dimensi ini mencakup sikap staf yang ramah, perilaku yang sopan dan profesional, penguasaan staf terhadap informasi produk terutama menu yang disajikan, dan jaminan keamanan terkait produk makanan dan minuman yang ditawarkan.

Empathy (Empati) Empati mencerminkan sejauh mana penyedia layanan memberikan perhatian personal dan kepedulian individu kepada setiap pelanggan. Ini melibatkan kemampuan staf untuk memberikan perhatian yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelanggan, menunjukkan pemahaman terhadap keinginan atau masalah yang dihadapi pelanggan, serta menyediakan

pelayanan yang personal dan ramah yang membuat pelanggan merasa dihargai.

Model SERVQUAL sendiri merupakan instrumen yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan dengan membandingkan antara harapan (*expectations*) dan persepsi (*perceptions*) pelanggan terhadap layanan yang mereka terima. Setiap dimensi di dalamnya (*Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*) berperan dalam mengevaluasi aspek-aspek krusial dari pengalaman layanan, mulai dari kondisi fisik hingga interaksi personal staf, dan model ini telah terbukti efektif serta banyak diaplikasikan dalam studi kualitas layanan, khususnya di industri perhotelan dan makanan & minuman.

Quality Function Deployment (QFD) adalah metode manajemen mutu yang pertama kali dikembangkan oleh Akao pada tahun 1990, bertujuan untuk menerjemahkan kebutuhan konsumen menjadi spesifikasi teknis produk atau layanan. QFD berfokus pada keterlibatan pelanggan dalam proses perencanaan dan pengembangan layanan untuk memastikan bahwa ekspektasi pelanggan dapat dipenuhi secara sistematis.

House of Quality (HoQ) merupakan bagian utama dari metode QFD yang digunakan untuk memetakan hubungan antara kebutuhan pelanggan (*customer requirement*) dengan karakteristik teknis internal perusahaan. Matriks ini memungkinkan manajemen untuk memprioritaskan aspek teknis mana yang perlu ditingkatkan berdasarkan bobot kebutuhan pelanggan. Menurut Cohen (1995), HoQ membantu organisasi dalam menyusun strategi perbaikan yang berbasis pada kebutuhan aktual pelanggan secara visual dan terukur.

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang menggunakan pendekatan HoQ dalam konteks peningkatan layanan di industri kafe menunjukkan efektivitas metode ini dalam mengidentifikasi atribut yang memiliki dampak terbesar terhadap kepuasan pelanggan. Studi oleh Purba et al. (2017) dan Amalia et al. (2024) menyatakan bahwa integrasi SERVQUAL dan QFD dapat meningkatkan daya saing usaha dengan lebih fokus pada kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan tinjauan ini, penelitian ini menggunakan kombinasi antara model SERVQUAL dan metode *House of Quality* untuk merumuskan strategi peningkatan pelayanan pada AliJoy Coffee Nanas secara sistematis dan berbasis data pelanggan. Dengan mengadopsi pengukuran dari Paniterce & Ylagan (2022) dan Amalia, Cahya, Waluyo, & Zakaria (2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif dan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan di AliJoy Coffee Nanas serta menyusun prioritas strategi perbaikan berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pihak manajemen dan staf operasional, serta penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah berkunjung ke AliJoy Coffee dalam enam bulan terakhir. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari dokumen internal perusahaan seperti laporan penjualan, ulasan pelanggan dari platform digital, serta literatur yang relevan

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang pernah mengunjungi AliJoy Coffee Nanas di Kota Bandung. Karena jumlah populasi yang pasti tidak diketahui secara pasti dan bersifat fluktuatif, maka digunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Sampel yang diambil adalah 100 pelanggan yang pernah melakukan pembelian atau berkunjung ke AliJoy Coffee Nanas dalam kurun waktu enam bulan terakhir. Kriteria inklusi ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman langsung dalam menerima pelayanan di kafe tersebut, sehingga persepsi mereka relevan untuk diukur dalam konteks penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup beberapa teknik. Observasi langsung dilakukan untuk memahami situasi pelayanan aktual dan interaksi pelanggan secara langsung. Selain itu, wawancara mendalam dengan pemilik usaha dan staf dilaksanakan guna memperoleh gambaran menyeluruh mengenai sistem pelayanan, tantangan internal yang dihadapi, serta upaya perbaikan yang telah atau sedang dilakukan. Sementara itu, data mengenai persepsi pelanggan dikumpulkan melalui kuesioner yang disusun berdasarkan dimensi SERVQUAL, terdiri dari dua bagian yang mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kinerja pelayanan menggunakan skala Likert 1–5.

Teknik Analisis Data

Analisis dilakukan dengan tahapan berikut:

- **Uji Validitas dan Reliabilitas** dilakukan terhadap instrumen mengintegrasikan persepsi pelanggan ke dalam proses pengambilan keputusan strategis perusahaan secara sistematis (Cohen, 1995; Heizer et al., 2017; Sekaran & Bougie, 2016).

kuesioner untuk memastikan data yang diperoleh valid dan konsisten.

- **Analisis Gap** dilakukan dengan membandingkan skor kepentingan dan kinerja pada masing-masing atribut layanan untuk mengidentifikasi kesenjangan kualitas.
- **Penyusunan House of Quality (HoQ)** dengan menggunakan matriks QFD untuk memetakan kebutuhan pelanggan terhadap karakteristik teknis layanan yang dapat dikontrol oleh manajemen.
- **Penentuan prioritas perbaikan** didasarkan pada nilai bobot kebutuhan pelanggan, tingkat kesulitan teknis, dan kontribusinya terhadap peningkatan layanan.

Prosedur Penelitian

Tahapan pelaksanaan penelitian ini dilakukan secara kronologis sebagai berikut:

1. Identifikasi masalah dan studi literatur.
2. Penyusunan dan uji coba instrumen pengumpulan data.
3. Pengumpulan data primer melalui observasi, wawancara, dan kuesioner.
4. Pengolahan dan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif.
5. Penyusunan matriks *House of Quality* dan penentuan rekomendasi perbaikan layanan.
6. Penyusunan laporan akhir penelitian.

Metode ini dipilih karena memberikan pendekatan komprehensif untuk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis dilakukan berdasarkan hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 pelanggan AliJoy Coffee Nanas serta wawancara dan observasi lapangan. Responden diminta menilai tingkat

kepentingan dan tingkat kinerja atas 22 atribut layanan yang dikelompokkan dalam lima dimensi SERVQUAL. Hasil analisis

menunjukkan adanya kesenjangan (gap) antara harapan dan persepsi pada sebagian besar atribut layanan.

Tabel Kesenjangan Seluruh Atribut Pelayanan Berdasarkan SERVQUAL

No	Atribut Layanan	Dimensi	Harapan	Persepsi	Gap
1	Tempat parkir memadai	Tangible	4,26	2,58	-1,68
2	Wifi memadai	Tangible	4,42	2,88	-1,54
3	Penyajian makanan cepat	Responsiveness	4,56	3,61	-0,95
4	Kejelasan informasi menu	Reliability	4,63	3,90	-0,73
5	Penanganan keluhan pelanggan	Responsiveness	4,55	3,88	-0,67
6	Pegawai memahami menu	Assurance	4,68	4,06	-0,62
7	Karyawan cukup untuk melayani pelanggan	Tangible	4,36	3,76	-0,60
8	Kecepatan respons terhadap pelanggan	Responsiveness	4,57	4,03	-0,54
9	Staf memberi perhatian personal	Empathy	4,38	3,85	-0,53
10	Kebersihan tempat	Tangible	4,71	4,20	-0,51
11	Staf bersikap sopan dan profesional	Assurance	4,69	4,19	-0,50
12	Staf memahami kebutuhan pelanggan	Empathy	4,53	4,06	-0,47
13	Ketersediaan menu sesuai yang ditawarkan	Reliability	4,55	4,13	-0,42
14	Produk konsisten rasanya	Reliability	4,58	4,20	-0,38
15	Keamanan makanan	Assurance	4,66	4,30	-0,36
16	Tampilan makanan/minuman menarik	Tangible	4,49	4,14	-0,35
17	Kenyamanan tempat duduk	Tangible	4,60	4,27	-0,33
18	Pegawai melayani dengan ramah	Assurance	4,77	4,59	-0,18
19	Tersedia tempat ibadah	Tangible	3,91	3,80	-0,11
20	Aksesibilitas lokasi	Tangible	4,38	4,29	-0,09
21	Tersedia toilet bersih	Tangible	4,69	4,61	-0,08
22	Pegawai memberi pelayanan konsisten	Reliability	4,62	4,56	-0,06

Selanjutnya, hasil gap tersebut digunakan untuk menyusun matriks *House of Quality*. Berdasarkan bobot kebutuhan pelanggan dan korelasinya dengan karakteristik teknis layanan, ditentukan empat prioritas utama dalam perbaikan layanan:

1. **Pelayanan sesuai SOP** – Memberikan standar pelayanan yang seragam.
2. **Pemahaman staf terhadap menu** – Melalui pelatihan rutin dan simulasi layanan.
3. **Kecepatan pelayanan** – Mengoptimalkan alur kerja dan distribusi staf.

4. Respons terhadap keluhan pelanggan – Menyediakan kanal pengaduan yang responsif.

Diagram *House of Quality* menggambarkan keterkaitan antara kebutuhan pelanggan dengan karakteristik teknis, serta menunjukkan kekuatan hubungan dan prioritas implementasi berdasarkan bobot skor.

Analisis ini memberikan dasar yang kuat bagi manajemen AliJoy Coffee dalam menetapkan kebijakan peningkatan kualitas pelayanan yang terfokus pada atribut yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan keempat rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, seluruh pertanyaan penelitian telah terjawab secara sistematis melalui hasil analisis dan pembahasan. Penelitian ini berhasil mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan yang dianggap penting oleh pelanggan, mengukur persepsi mereka terhadap kinerja layanan yang diterima, merumuskan strategi perbaikan berbasis kebutuhan pelanggan, serta menentukan prioritas perbaikan menggunakan pendekatan *House of Quality* (HoQ).

Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat kesenjangan nyata antara harapan dan persepsi pelanggan terhadap berbagai atribut pelayanan di AliJoy Coffee Nanas. Berdasarkan analisis gap SERVQUAL, atribut-atribut dalam dimensi *tangible* seperti tempat parkir, koneksi wifi, dan kebersihan memiliki kesenjangan yang cukup besar, diikuti oleh atribut pada menyeluruh, meningkatkan pengalaman pelanggan, serta memperkuat daya saingnya di tengah kompetisi industri kafe yang semakin ketat di Kota Bandung. Penerapan pendekatan integratif antara SERVQUAL dan *House of Quality* dalam penelitian ini terbukti efektif dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan menyusun strategi peningkatan layanan yang berbasis data dan objektif.

Untuk memperbaiki kesenjangan tersebut, pemilik usaha perlu mengambil langkah-langkah konkret yang berfokus pada aspek pelayanan prioritas. Pertama, perlu disusun dan disosialisasikan SOP pelayanan yang mencakup standar waktu pelayanan, komunikasi dengan pelanggan, dan konsistensi dalam penyajian produk. Kedua, dilakukan pelatihan berkala bagi staf mengenai menu dan cara penyampaian

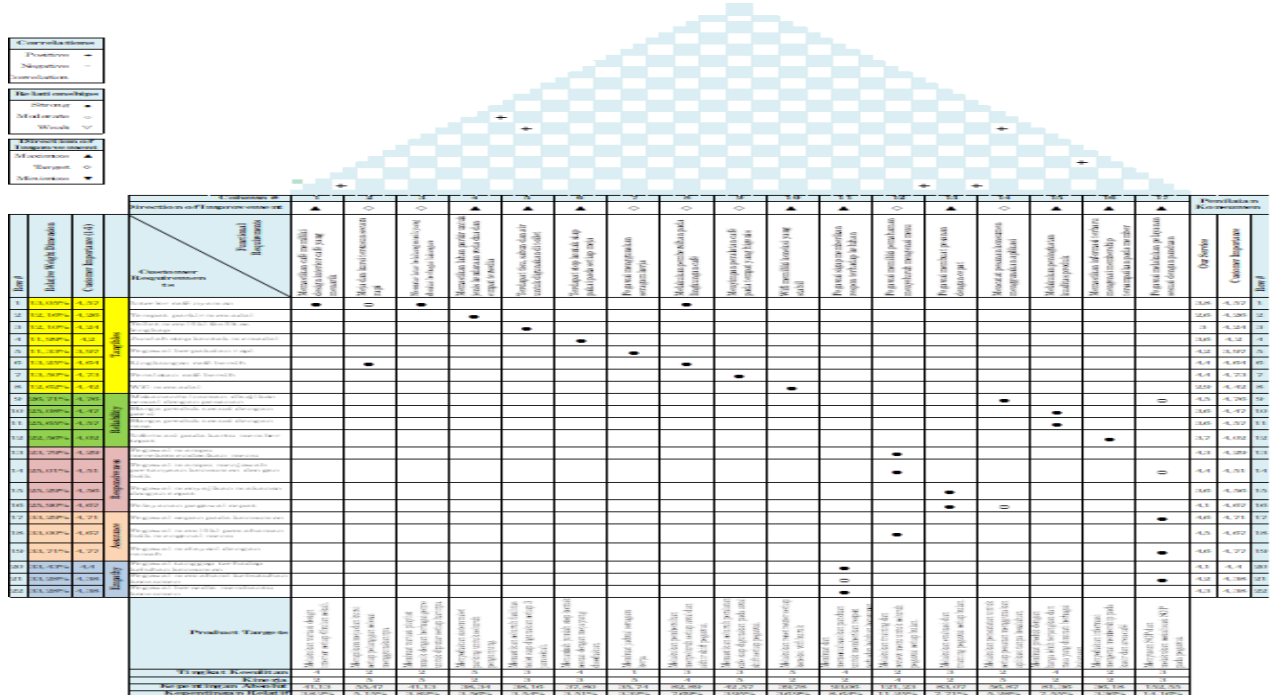
dimensi *responsiveness* dan *reliability*. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan dan pelayanan aktual yang diterima, yang dapat berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Melalui penerapan metode *House of Quality*, empat prioritas utama perbaikan telah diidentifikasi, yaitu: pelaksanaan pelayanan sesuai standar operasional prosedur (SOP), peningkatan pemahaman staf terhadap menu, percepatan dalam penyajian makanan dan minuman, serta peningkatan respons terhadap keluhan pelanggan. Keempat karakteristik teknis ini merupakan area kunci yang memiliki kontribusi besar dalam menjawab kebutuhan pelanggan, sebagaimana dipetakan melalui matriks hubungan pada HoQ.

Dengan melaksanakan perbaikan pada aspek-aspek prioritas tersebut, AliJoy Coffee Nanas diharapkan dapat memperbaiki kualitas layanan secara informasi kepada pelanggan secara jelas dan meyakinkan. Ketiga, pemilik usaha perlu menata ulang alur kerja layanan agar lebih efisien, termasuk penambahan tenaga kerja saat jam sibuk jika diperlukan. Keempat, disediakan saluran keluhan pelanggan yang aktif dan responsif, baik secara langsung maupun digital, untuk memastikan bahwa masukan pelanggan ditindaklanjuti secara cepat dan tepat.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya komitmen berkelanjutan dari manajemen untuk memonitor persepsi pelanggan secara berkala dan menyesuaikan strategi operasional berdasarkan kebutuhan yang terus berkembang. Selain itu, hasil penelitian ini memberikan kerangka kerja yang dapat diadaptasi oleh pelaku bisnis jasa lainnya, khususnya di sektor makanan dan minuman.

Gambar Matriks House of Quality



REFERENSI

Amalia, F., Cahya, H. N., Waluyo, D. E., & Zakaria, F. (2024). Efforts to Improve Service Quality at Skenario Kopi Cafe Based on Cunsomer Needs Using Quality Function Deployment. *Journal of Indonesian Social Science*, 6-7.

Bordoloi, S., Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. J. (2019). *Service Management : Operations, Strategy, Information Technology*. New York: McGraw-Hill Education.

Cohen, L. (1995). *Quality Function Deployment: How to Make QFD Work for You*. Addison-Wesley.

dataindonesia.id. (2024, August 14). Diambil kembali dari *dataindonesia.id*: <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/data-kinerja-industri-makanan-dan-minuman-3-tahun-terakhir-hingga-kuartal-ii2024>

esb.id. (2024, September 9). Diambil kembali dari *esb.id*: <https://www.esb.id/id/inspirasi/kenapa-a-industri-makanan-dan-minuman-banyak-peminatnya#:~:text=Pasar%20Luas%20dan%20Potensi%20Keuntungan,jadi%20peluangnya%20pun%20selalu%20ada!>

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). *Operations Management: Sustainability and Supply Chain Management* (12th ed.). Pearson.

jabar.bps.go.id. (2022, July 13). Diambil kembali dari *jabar.bps.go.id*: <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/1/NjQ3IzE=/banyaknya-rumah-makan-restoran-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-barat--2019.html>

Ladhari, R. (2009). A Review of Twenty Years of SERVQUAL Research. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 1(2), 172–198.

<https://doi.org/10.1108/17566690910971445>

opendata.bandung.id. (2023, December 28).

Diambil kembali dari
opendata.bandung.ud:

<https://opendata.bandung.go.id/dataset/data-rumah-makan-restoran-cafe-di-kota-bandung>

Paniterce, D. M., & Ylagan, A. (2022).

Service quality and customer satisfaction of local coffee shop in Camarines Sur. *International Journal of Research Studies in Management*, 6.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.

Purba, H. H., Jemali, S. E., Nasuka, D. S., & Fathani, M. A. (2017). Improving The Quality of Coffee Shop Service With The Implementation of Quality Function Deployment: A Case Study in XYZ Coffee Shop. *Interna*

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.). Wiley.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press.