



Kualitas Pelayanan Terhadap *Word Of Mouth* Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Holaa Cafe Gresik

Muhammad Zaki Wahyudi¹, Triana Setiyarini²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Abstract

Keywords:
Service Quality, Customer Satisfaction, Word Of Mouth

The objectives of this study are to explain (1) the significant influence of service quality on customer satisfaction; (2) the significant influence of customer satisfaction on word of mouth; (3) the significant influence of service quality on word of mouth; (4) the presence of an indirect effect between service quality on word of mouth with customer satisfaction as an intervening variable. The method used in this research is causal research with a quantitative approach. Data collection techniques were conducted through questionnaires. The sample was taken using the Lemeshow formula because the population size was unknown, and the sample taken at Holaa Café amounted to 100 samples. Data analysis in this study used the SPSS application. The results of this research indicate (1) the significant positive influence of service quality on customer satisfaction; (2) the significant positive influence of service quality on word of mouth; (3) the significant positive influence of customer satisfaction on word of mouth; (4) the influence of service quality on word of mouth, seen from the regression coefficient level, is greater than the indirect influence between service quality on word of mouth with customer satisfaction as an intervening variable. Thus, it can be concluded that the presence of an intervening variable (customer satisfaction) makes the level of influence between service quality on word of mouth lower.

✉ Penulis Korespondensi*
Triana Setiyarini

Email:
[triana.setiyarini@trunojoyo.ac.id](mailto: triana.setiyarini@trunojoyo.ac.id)

P-ISSN: 2775-3093
E-ISSN: 2797-0167

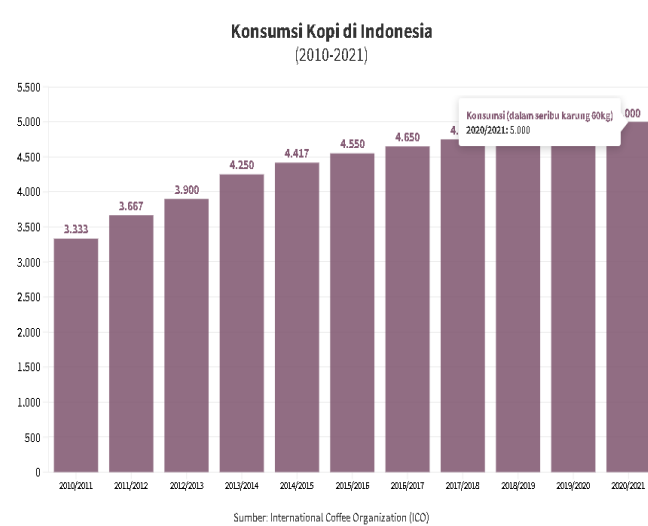
DOI :

PENDAHULUAN

Kebiasaan minum kopi telah menjadi tren gaya hidup kosmopolitan, kebiasaan ini dapat dilihat di mancanegara, tidak terkecuali di Indonesia. Kebiasaan minum kopi sambil berbincang ringan di kafe sebenarnya sudah lama menjadi kebiasaan orang-orang Prancis. Paradigma sebuah kafe di Indonesia sudah berubah, dari yang dulunya kafe dianggap hanya menjual makanan dan minuman saja, namun sekarang kafe bergeser ke arah modern, yakni kafe yang menawarkan suatu pengalaman dimana masyarakat mengunjungi kafe dipandang sebagai gaya hidup. Hal ini yang membuat para

pelaku bisnis pada bidang kuliner harus memperhatikan seluruh aspek pada kafe atau restonya.

Berdasarkan riset mengenai *trend* gaya hidup baru menjamurnya kedai kopi kekinian pada generasi Z dan Y, terdapat beberapa faktor yang dapat mendorong pesatnya pertumbuhan kedai kopi di Indonesia. 1) Munculnya kebiasaan baru (budaya) berkumpul sambil minum kopi. 2) Adanya peningkatan daya beli konsumen kelas menengah dan harga menu di kedai kopi modern lebih terjangkau. 3) Dominasi populasi anak muda khususnya gen Y dan gen Z di Indonesia yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi. 4) Kehadiran media sosial yang dapat mempermudah para pebisnis kedai kopi dalam melakukan aktivitas promosi dan marketing (Dahwilani, 2019). Hal tersebut dapat meningkatkan konsumsi olahan kopi di Indonesia. Dapat dilihat dari data data gambar dibawah, konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan tiap tahunnya.



Gambar 1. Hasil Survey Apkrindo

Seiring berjalannya waktu dan dunia semakin modern, kebiasaan berkumpul di kafe berubah menjadi budaya populer serta mengeksplor kehidupan sosial dalam bermasyarakat secara luas. Masyarakat Gresik khususnya, generasi muda saat ini terlihat lebih menyukai berkumpul di kafe daripada di warung kopi tradisional. Saat ini rasanya sudah tidak asing lagi melihat anak muda di Gresik berkumpul berjam-jam di kedai kopi dengan memesan satu gelas kopi. Sangat sulit sekali membedakan mana anak muda yang berkunjung ke kedai kopi demi untuk menikmati segelas kopi atau tujuan tertentu lainnya. Fenomena menjamurnya kedai kopi saat ini mengindikasikan bahwa bisnis kedai kopi mengalami persaingan yang sangat ketat. Sumber keunggulan kompetitif terkini adalah inovasi dan kreativitas (Safrizal, 2023). Ketatnya persaingan dibarengi dengan semakin meningkatnya jumlah pesaing menjadikan kedai kopi harus selalu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung (Wildan, 2020). Agar perusahaan tetap *survive* di tengah kondisi tersebut, maka dibutuhkan strategi pemasaran yang baik dan tepat oleh perusahaan (Fathor & Fatmariyah, 2023) Ketika Konsumen melakukan pembelian suatu produk atau merek, mereka akan mendapat pengalaman merek (Wantara et al., 2023).

Salah satu metode strategi pemasaran yang tepat, yakni menggunakan strategi *Word Of Mouth* (WOM) yang baik. *Word of mouth* adalah komunikasi dari orang ke orang antara sumber pesan dan penerima pesan dimana penerima pesan menerima pesan

dengan cara tidak komersil mengenai suatu produk, pelayanan, atau merek. (Mertayasa dan Giantari, 2020).

Word of mouth tidak ada dengan sendirinya tanpa didukung oleh variable kepuasan pengunjung yang dipengaruhi oleh beberapa variabel, diantaranya adalah variabel kualitas pelayanan. Goetsch dan Davis (2013) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi terciptanya *word of mouth* adalah kepuasan pelanggan, Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan kerja merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas (Taunay, 2013; Wantara, 2015). Semakin tinggi tingkat kepuasan pengunjung, maka semakin tinggi juga keinginannya untuk melakukan pembelian ulang (*repurchase intentions*) dan menginformasikan untuk hal yang positif kepada orang lain (*positive word of mouth*). Biasanya, keduanya berhubungan dengan loyalitas dan menjadi inti penjualan (Jannah & Pranjoto, 2023).

Berdasarkan dari penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Somantari & Rastini (2019) dengan judul "Peran Kepuasan Memediasi Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap WOM Pada Layanan Go-Jek Di Denpasar" menyatakan bahwa Kualitas pelayan berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Fitriani (2018) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan tidak mempengaruhi Word Of Mouth. Dari beberapa hasil penelitian diatas, terlihat bahwa penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil yang berbeda. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan menekankan kepuasan pelanggan sebagai variable intervening Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Holaa Cafe Gresik".

Oleh karena itu, berdasarkan pada masalah penelitian tersebut, maka disimpulkan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap word of mouth?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap word of mouth?
4. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap word of mouth dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh nantinya berupa angka. Data kuantitatif adalah data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung (Misbahuddin dan Hasan, 2014). Dalam penelitian ini data kuantitatif diperoleh langsung dari pengisian kuesioner sebagai instrument penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berkunjung di Holaa Cafe Gresik.

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu, bukan berdasarkan strata, daerah, tetapi berdasarkan tujuan dari penelitian (Winarno, 2013). Sampel dalam penelitian ini yakni konsumen yang pernah berkunjung ke Holaa Café Gresik minimal satu kali. Dalam penelitian ini, Teknik pengambilan data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Teknik analisis data pada penelitian ini terdiri dari uji instrumen yang terbagi menjadi dua yaitu

uji validitas dan uji reliabilitas , uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas, dan uji multikolinieritas. Untuk teknik analisis datanya menggunakan Teknik analisis jalur

HASIL

Responden yang telah mengisi kuisisioner tercatat 100 responden. Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini meliputi gender, umur, dan pekerjaan, Responden dalam penelitian ini merupakan pengunjung Holaa Café Gresik.

Tabel 1. Kriteria Responden

Usia	Frekuensi	Presentase
17 - 24 Tahun	72	72%
25 - 34 Tahun	18	18%
35 - 44 Tahun	5	5%
45 - 54 Tahun	2	2%
55 - 64 Tahun	1	1%
≥ 65	2	2%
Jumlah	100	100%

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	45	45%
Laki-laki	55	55%
Jumlah	100	100%

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pegawai Negeri Sipil	12	12%
Wiraswasta	15	15%
Pelajar / Mahasiswa	45	45%
Lainnya	28	28%
Jumlah	100	100%

Uji Validitas

Hasil pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
X1	0,1654	0,707	Valid
X2	0,1654	0,836	Valid
X3	0,1654	0,782	Valid
X4	0,1654	0,709	Valid
Y1	0,1654	0,729	Valid
Y2	0,1654	0,799	Valid
Y3	0,1654	0,830	Valid
Y4	0,1654	0,747	Valid

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai r-hitung > dari nilai rtabel (0,1654) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan Kepuasan Pelanggan tersebut dinyatakan memenuhi persyaratan kevalidan data.

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui sejauh mana kuesioner yang dijawab bersifat terpercaya dan diandalkan. Instrument untuk mengukur masing-masing variable dikatakan reliable atau handal jika memiliki cronbach alpha > 0,60.(Imam Ghozali, 2016)

Table 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Pelayanan	.756	4
<i>Word of Mouth</i>	.785	4
Kepuasan Pelanggan	.753	4

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa pada masing-masing variabel diketahui bahwasannya nilai dari cronbach alpha > 0,60 dengan demikian dapat dikatakan reliabel.

Pengujian Regresi dan Uji Hipotesis Analisis Substruktural 1



Gambar 2. Analisis Substruktural I

$$Z (\text{Kepuasan Pelanggan}) = \text{Kualitas Pelayanan} + (\text{Persamaan Struktural 1}) \dots\dots(1)$$

Tabel 4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.886	1.222		8.089	.000
	Kualitas Pelayanan	.411	.077	.476	5.364	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

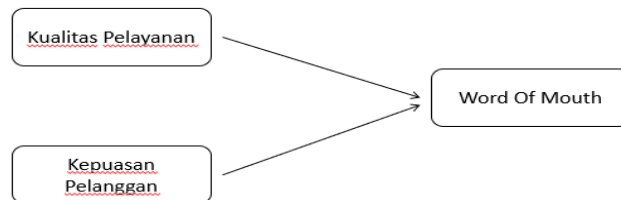
Besarnya angka t-tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n-k)$ atau $(100-1) = 99$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka t-tabel sebesar 1,66. Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan, diperoleh angka t-hitung sebesar $5.364 > t$ -tabel sebesar 1,66, dan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$, Artinya **ada pengaruh antara Kualitas Pelayanan**

dan Kepuasan Pelanggan. Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,227 atau 22,7%

Sementara itu untuk nilai Standard Coefficients beta yakni 0,476. Besarnya nilai R Square yang ada pada Model Summary adalah sebesar 0,227. Sehingga untuk nilai e1 dapat didapatkan dari :

$$e1 = \sqrt{(1-R)} = \sqrt{(1-0,227)} = 0,879$$

Analisis Substruktural II



Gambar 3. Analisis Substruktural II

$$Y \text{ (Word Of Mouth)} = \text{Kualitas Pelayanan} + \text{Kepuasan Pelanggan} + \text{(Persamaan Struktural 2) } \dots\dots(2)$$

Tabel 5. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Word of Mouth

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	28.912	1.172		24.679	.000
	Kualitas Pelayanan	.248	.065	.290	3.829	.000
	Kepuasan Pelanggan	.566	.075	.572	7.551	.000

a. Dependent Variable: Word Of Mouth

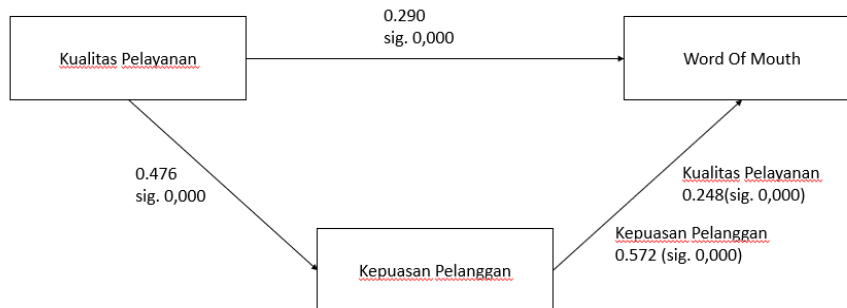
Pada output regresi model kedua bagian tabel coefficients ini, diketahui pada variabel Kualitas Pelayanan, nilai t-hitung yakni 3,829 lebih besar dari t-tabel yakni sebesar 1,66 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari probabilitas 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa pada regresi model kedua ini, hipotesis yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayan berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth*, diterima.

Sementara itu pada variabel Kepuasan pelanggan, nilai t-hitung yakni sebesar 7,551 lebih besar dari t-tabel yakni sebesar 1,66 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari probabilitas 0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth*, diterima. Besarnya nilai R Square dalam tabel Model Summary adalah sebesar 0.755. Hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh variabel X dan Z terhadap Y adalah sebesar 75,5%. Sedangkan sisanya 24,5% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan nilai Standard Coefficients Beta untuk variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,290, dan Standard Coefficients Beta untuk variabel Kepuasan Pelanggan adalah 0,572. Sementara itu untuk nilai e2 didapat dari :

$$e2 = \sqrt{(1-R)^2} = \sqrt{(1-0,755)} = 0,868$$

Pengujian Variabel Intervening

Strategi Causal Step (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word of Mouth dengan dimediasi Kepuasan Pelanggan)



Gambar 4. Strategi Causal Step (Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap WOM dengan dimediasi Kepuasan Pelanggan)

Selanjutnya hasil analisis regresi tersebut diuji dalam strategi causal step sebagai berikut :

- Persamaan regresi sederhana variabel independen Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel intervening Kepuasan Pelanggan (Z)
Hasil analisis ditemukan bukti bahwa Kualitas Pelayanan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi (a) = 0,476.
- Persamaan regresi sederhana variabel independen Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel dependen word of mouth (Y)
Hasil analisis ditemukan bukti bahwa Kualitas Pelayanan signifikan terhadap word of mouth dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan koefisien regresi (c) = 0,290
- Persamaan regresi berganda variabel independen Kualitas Pelayanan (X) dan variabel intervening Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap variabel dependen word of mouth (Y)
Hasil analisis ditemukan bahwa Kualitas Pelayanan signifikan terhadap word of mouth, setelah mengontrol Kualitas Pelayanan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan koefisien regresi (b) = 0,572. Selanjutnya ditemukan direct effect c' sebesar 0,248 yang lebih kecil dari c = 0,290. Pengaruh variabel independen Kualitas Pelayanan terhadap variabel dependen word of mouth berkurang dan signifikan $0,000 < 0,05$ setelah mengontrol variabel intervening Kepuasan Pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa model ini termasuk ke dalam partial mediation atau terjadi mediasi, dimana variabel independen Kualitas Pelayanan mampu mempengaruhi secara langsung variabel dependen word of mouth maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel intervening Kepuasan Pelanggan atau dapat dikatakan bahwa Kepuasan Pelanggan memediasi hubungan antara Kualitas Pelayanan dan word of mouth.

PEMBAHASAN

Menurut hasil pengujian penelitian diatas. Maka, hasil pengujian hipotesis– hipotesis tersebut akan dibahas sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth
Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap word of mouth, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Word Of Mouth
Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan Kepuasan Pelanggan terhadap word of mouth, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima
4. Pengaruh Tidak Langsung antara Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening
Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap word of mouth dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dalam penelitian ini hasil statistika menunjukkan bahwasannya pengaruh kualitas pelayanan terhadap word of mouth lebih besar daripada pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap word of mouth dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.

SIMPULAN

Berdasar pada hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa:

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan; Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif signifikan terhadap *word of mouth*; Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif signifikan terhadap *word of mouth*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap word of mouth dilihat dari tingkat koefisien regresinya lebih besar daripada pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya variabel *intervening* (kepuasan pelanggan) menjadikan tingkat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* lebih rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basit, Dan Rizky Handayani. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Allium Tangerang Hotel (Studi Eksplanatif Pada Allium Hotel Tangerang). *Jurnal Lontar* Vol.6.
- Aji, Yahya Pamungkas dan Duriany, Embun. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Nasabah, Dan Kepercayaan Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Pt Bank Brisyariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*. Vol. 5:1.
- Ali Mulyawan, Dan Iwan Sidharta. 2013. "Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di STMIK Mardira Indonesia Bandung." *Jurnal Computech & Bisnis*.

- Amanda, Dina. 2017. Pengaruh Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Kepercayaan Dan Atribut Produk Tabungan Batara IB Terhadap Loyalitas Nasabah." UIN Raden Fatah, Palembang.
- Anang Firmansyah. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Andriani, Rian, Yuliana Pinaringsih Kristiutami, Sopa Martina Dan Lukmanul Hakim, 2019. Implementation Of Service Culture For Hospitality Industry. *Proceedings Of The 1st International Conference On Economics, Business, Entrepreneurship, And Finance*. Vol 1: 507 – 510.
- Anwar Sanusi. 2014. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arianto, Nurmin. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. 1(2): 123-134.
- Brady, K Michael Dan Cronin Jr, J Joseph, 2001. Some New Thoughts On Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach. *Journal Of Marketing*. Vol. 65: 34–49.
- Budianto, Apri . 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Dahwilani, M. Dani, 2019. Data Dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian Di Indonesia. *Inews.Id: <https://www.inews.id/Travel/Kuliner/Data-Danfakta-Tren-Menjamurnya-Kedai-Kopi-Kekinian-Diindonesia>*.
- Danantyo, Yehezkiel Dan Subagio, Hartono, 2014. Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Pt. Citra Mitra Anugerah. *Jurnal Strategi Pemasaran*.
- Darman, Dian Martha, Fajar Restuhadi, dan Rosnita. 2018. Relationship Between Mall Attributes, Costumer Satisfaction And Positive Word-Of-Mouth Ska Pekanbaru. *Valuta: Jurnal administrasi bisnis, manajemen dan ekonomi*. VOL. 4: 2.
- Daryanto, Dan Setyobudi. 2014. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fathor and Fatmariyah. 2023. Exploration of Salt Farmers' E-Marketing Strategy: A Lesson from Madura Island, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 2023, 13(3), 25-32.
- Fazizah, Amma dan Utami, Merry Tri. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Positif Word Of Mouth (Studi Pada Konsumen Pt. Asiasurya Jayaraya Iv Purwosari Pasuruan). *JKIE (Journal Knowledge Insdustrial Engineering)*. Vol 7:2.
- Firdanila, Fiara. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BMT Al Aqobah Pusri Palembang. *Karya Ilmiah*. Palembang: UIN Raden Fatah.
- Firmansyah. 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV.Penerbit Qiara Media.
- Fitriani, Nani, 2018. Peran Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Word Of Mouth Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Indonesia*. Vol 18: 1.
- Goetsch, Dan Davis. 2013. "Quality Management." *Cram101 Incorporated* 4.
- Harmadji, Ekasari Dwi, Sonya Sidjabat Dan Nur Ika Effendi, 2022. *Manajemen Pemasaran Jasa (Konsep Dasar)*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.
- Hayati, Isra, Dan Siregar, Yuli Yanti. 2019. Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan). *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*. Vol 1(2):234–50.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta:PT Raja grafindo Persada
- Imam Ghazali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Ketujuh*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Imam Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jannah, M., & Pranjoto, G. H. 2023. Why Do Tourists Have Revisit Intention? The Effect of Customer Experience as a Marketing Strategy. Proceedings of the 2nd Maritime, Economics and Business International Conference.
- Khoo, Kim Leng. 2022. A Study Of Kualitas Pelayanan, Corporate Image, Kepuasan Pelanggan, Revisit Intention and Word of Mouth: Evidence from the KTV Industri. *Emerald Insight*. Vol. 6:2.
- Koli, Y Damaris, andi sularso dan sigit sardjono. 2019. The Effect of Service Quality on Consumer Satisfaction, Word of Mouth, Brand Trust and Decision to Choose Banking Services at College Employees in the City of Kupang. *Archives of Business Research*. Vol.7: 7.
- Kusumawardani, E. V. I. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Word Of Mouth* Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Istiqomah Karangrejo Tulungagung.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mertayasa, Putu, Dan Giantari, I. Gusti Ayu Ketut. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Komunikasi Word Of Mouth. *Buletin Studi Ekonomi*. Vol 25(1).
- Misbahuddin, Dan Suryani Iqbal Hasan. 2014. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik (Edisi Kedua)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mulyawan, Ali Dan Sidharta, Iwan, 2013. Analisis Deskriptif Pemasaran Jasa Di STMIK Mardira Indonesia Bandung. *Jurnal Computech & Bisnis*. Vol. 7: 1.
- Nanang Martono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ollver, L RICHARD, 1980. A Cognitive Model Of The Antecedents And Consequences Of Satisfaction Decisions. *Journal Of Marketing Research*. Vol 17: 460-9.
- Pardede, Dan Manurung. 2014. *Analisis Jalur = Path Analysis*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Petzer, Daniel dan Mackay, Nedie. 2014. Dining atmospherics and food and service quality as predictors of customer satisfaction at sit-down restaurants. *Boloka Institutional Repository*.
- Prakoso, Prasetyo Aji. 2017. *Front Office Praktis. Administrasi Dan Prosedur Kerja*. Malang: PENERBIT GAVA MEDIA.
- Pratama, Putu Dio Artha dan Yulianthini, Ni Nyoman. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Food Di Bali Pada Masa Pandemi Covid-19. *Bisma: Jurnal Manajemen*. Vol 7:2.
- Prentice, Garry, Joseph Brady dan Christopher McLaughlin. 2018. Education Service Quality, Value and Satisfaction on Student Customer Intentions and Behaviour.
- Rambat Lupiyoadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambe, Neni, Choirul Maksum, dan Moch Yasin. 2017. Pengaruh Pelayanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth. *Ekobisman: Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*. Vol 1:3.
- Rina, Angesti Widi. 2018. Studi Kompensasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan Berdampak Pada Kinerja Karyawan. *Upajiwa Dewantara* 2.
- Rindiasari, Putri Rindiasari, Yuliani Hidayat, Wahyu Hidayat, Dan Wiwin Yuliani. 2021. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Angket Kepercayaan Diri." *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)* 4(5):367–72.
- Sahla, Hilmiatus, Muhammad Sayuti Dan Ricky Syahputra., 2019. Konsep Pemasaran Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Pionir*. Vol 5: 2.

- Said, Irwanti. 2017. Warung Kopi Dan Gaya Hidup Modern. *Rumah Jurnal UINAM*, Vol. 3: 3.
- Safrizal, H. B. A. (2023). Innovative Behavior as an Antecedent of Employee Performance. *resmilitaris*, 13(3), 904-915.
- Saleh, Akh. Muwafik. 2010. *Public Service Communication: Praktik Komunikasi Dalam Pelayanan Publik Disertai Kisah-Kisah Pelayanan*. Malang: UMM Press
- Sangadji dan Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarfia Abdul Azis. 2016. "Pengaruh Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014." UIN Alaudin, Makasar.
- Satmoko, Dwi Taufiq, Handoyo Djoko Waluyo Dan Ngatno. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth, Melalui Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Star Clean Car Wash Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol 5: 1.
- Slack, Neale, Gurmeet Singh, dan Shavneet Sharma. 2020. The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *emerald Insight*. Vol 12: 3.
- Somantari, Made Ayu Dan Rastini, Ni Made, 2019. Peran Kepuasan Memediasi Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Wom Pada Layanan Go-Jek Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. Vol. 8: 4.
- Srilestari, Prihastuti, 2012. Pengaruh Service Quality Dan Customer Satisfaction Terhadap Word Of Mouth, Repurchase Intention Dan Feedback (Studi Pada Hotel Suka Marem Surakarta). Karya Ilmiah. Semarang: Program Studi Manajemen Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suhud, Usep dan Bajunaid, Sheila Maryam. 2018. Satisfied, but Will They Spread a Word? The Role of Customer Satisfaction at Jamu Café. *Binus Journal Publishing*. Vol 9:1.
- Sukaris. 2019. Anteseden Dan Konsekuensi Kepuasan Pelanggan Dalam Konteks Word-Of-Mouth. *Jurnal Manajerial*. Vol 5:2.
- Taunay, Edward Gagah Purwana, 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan (Studi Kasus Di Rumah Sakit Bhakti Wira Tamtama Semarang). *Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran*.
- Tjiptono, Fandi, 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media.
- Wahab, Wirdayani, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*. Vol 2: 1.
- Wantara, P. (2015). The Relationships among Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Library Services. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(Special Issue) 264-269.
- Wantara, P., Irawati, S.A., Suryato T. (2023). Factors Affecting Customer Satisfaction And Repurchase Intention Of Herbal Medicine Products In Indonesia. VOL. 11, NUM. 02, pp. 41-57.
- Widarti, 2019. Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun. *Surabayabisnis*.
- Winarno. 2013. *Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: UM Press.

- Winarsih, Atik Septi, Dan Ratminto. 2013. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wiyono, Bambang. 2020. Produk-Produk Jasa Pendidikan. *Intizam, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. Vol 3(2):35–45.
- Wildan, M. A. (2020). Employee's productivity at the operation of Indonesian railway. *The Indonesian Accounting Review*, 10(1), 47-50.
- Wu, Shih Hao, Chi Tsun Huang, Dan Yi Fong Chen. 2015. "Leisure-Kualitas Pelayanan and Hedonic Experiences: Singing At A Karaoke House As A Form Of Theatre." *Total Quality Management And Business Excellence* 26(3–4):298–311.
- Wulandari, Siti Zulaikha, Sri Murni Setyawati, dan Fazar Arman Maulana. 2019. Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen Dan Word Of Mouth Melalui Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Suasana Toko (Studi Empiris Pada Usaha Kuliner di Purwokerto). *Journal & Proceeding*. Vol: 4.
- Xu, Y. Goedegebuure, R. dan Heijden, B.I.J.M. van der. 2007. Customer Perception, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty Within Chinese Securities Business. Towards a Mediation Model for Predicting Customer Behavior. *Journal of Relationship Marketing*. Vol 5:4.
- Yun, Jeewoo dan Park, Jungkun. 2022. The Effects of Chatbot Service Recovery With Emotion Words on Customer Satisfaction, Repurchase Intention, and Positive Word-Of-Mouth. *Frontiers*. Vol 13.