



Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Mediasi Kualitas Layanan di Cafe Terserah Dompu

Danil Pratiwi^{1*}, Mahmud², Ibrahim Jakariah³

¹⁻³Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yapis, Indonesia

*Korespondensi penulis: pratiwidanil15@gmail.com

Abstract: The primary focus of this study is to investigate how employee performance influences customer satisfaction, with service quality serving as a mediating variable. The study was conducted at Cafe Terserah Dompu using a quantitative approach. From a customer population of unknown size, a sample of 97 respondents was selected using accidental sampling. The sample size was determined using a sample size calculator with a margin of error of 10%. Data analysis employed Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that employee performance has a positive and significant effect on customer satisfaction. Employee performance also has a positive and significant effect on service quality. Furthermore, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. The results of the mediation test confirmed that service quality mediates the effect of employee performance on customer satisfaction. These findings indicate that optimal staff performance, as conceptualized through the SOBC theoretical framework, can foster the creation of excellent service quality that effectively enhances customer satisfaction and positive experiences at Cafe Terserah Dompu.

Keywords: Cafe Terserah Dompu; Customer Satisfaction; Employee Performance; Mediation; Service Quality.

Abstrak: Fokus utama penelitian ini adalah menginvestigasi bagaimana kinerja karyawan memengaruhi kepuasan pelanggan, dengan menempatkan kualitas layanan sebagai variabel mediasi. Studi dilakukan pada lingkungan Cafe Terserah Dompu melalui pendekatan kuantitatif. Dari populasi pelanggan yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti, diambil sampel sebanyak 97 responden melalui metode *accidental sampling*. Penentuan jumlah sampel tersebut dilakukan melalui *sample size calculator* dengan tingkat *margin of error* sebesar 10%. Analisis data menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kinerja karyawan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan. Selain itu, kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji mediasi mengonfirmasi bahwa kualitas layanan dapat memediasi pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa kinerja staf yang optimal, yang dikonstruksikan melalui kerangka teori SOBC, dapat mendorong terciptanya kualitas layanan prima yang secara efektif meningkatkan kepuasan dan pengalaman positif bagi pelanggan di Cafe Terserah Dompu.

Kata Kunci: Cafe Terserah Dompu; Kepuasan Pelanggan; Kinerja Karyawan; Kualitas Layanan; Mediasi.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan industri *Food and Beverage* (F&B) di Indonesia, khususnya pada sektor kedai kopi dan kafe, menunjukkan tren pertumbuhan yang sangat eksponensial dalam beberapa tahun terakhir (Darmawati & Satory, 2025). Pertumbuhan ini menuntut para pelaku usaha, termasuk manajemen Cafe Terserah, untuk tidak hanya sekadar menyajikan produk berkualitas, tetapi juga mampu menciptakan pengalaman konsumen yang menyeluruh agar dapat memenangkan persaingan pasar yang semakin ketat (Dewi & Andayani, 2024). Dalam industri jasa bernuansa gaya hidup seperti kafe, kepuasan pelanggan adalah tujuan akhir yang menjadi penentu utama keberlangsungan operasional dan profitabilitas bisnis jangka panjang. Kepuasan ini tercipta ketika harapan pelanggan sebelum melakukan pembelian dapat terpenuhi

Naskah Masuk: 28 Februari 2026; Revisi: 28 Maret 2026; Diterima: 28 April 2026; Terbit: 30 April 2026

atau bahkan terlampaui oleh realitas pelayanan yang mereka terima saat berkunjung (Ulfa, 2024). Oleh karena itu, para pengusaha kafe seperti pemilik Cafe Terserah dituntut untuk merancang strategi manajemen operasional yang berpusat pada optimalisasi kepuasan konsumen.

Secara konseptual, kondisi ideal yang seharusnya terjadi di sebuah kafe adalah terciptanya kepuasan pelanggan melalui sinergi antara kinerja karyawan yang prima dan kualitas layanan yang unggul (Nida *et al.*, 2024). Kondisi ideal inilah yang senantiasa diupayakan oleh Cafe Terserah, di mana kinerja karyawan yang optimal yang ditandai dengan kedisiplinan, kecakapan, empati, dan kecepatan dalam menangani pesanan merupakan aset tak berwujud yang secara langsung berinteraksi dengan konsumen dan membentuk persepsi mereka (Saputri *et al.*, 2025). Ketika karyawan mampu melaksanakan tugasnya sesuai dengan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang ditetapkan, maka kualitas layanan fisik maupun non-fisik secara otomatis akan meningkat, yang pada gilirannya akan menstimulasi rasa puas dan loyalitas dari para pengunjung kafe tersebut. Namun, bagi Cafe Terserah, Dinamika operasional sehari-hari, beban kerja pada jam-jam sibuk, hingga karakteristik sumber daya manusia lokal seringkali menciptakan jurang pemisah antara kualitas layanan yang direncanakan oleh manajemen dengan apa yang benar-benar dirasakan oleh konsumen (Supriadi, 2025). Ketidakmampuan manajemen dalam menjaga konsistensi kinerja stafnya sering kali menjadi titik awal dari hancurnya ekspektasi pelanggan, yang akhirnya memicu berbagai masalah operasional di tingkat kedai kopi berskala menengah seperti yang sedang dihadapi oleh Cafe Terserah.

Fenomena kesenjangan inilah yang saat ini terlihat secara nyata di Cafe Terserah Dompu yang dimiliki oleh Rodhiyati Anugrah Putri, di mana cafe ini telah berdiri sejak 3 Juli tahun 2020. Di Café ini, terdapat indikasi kuat terjadinya penurunan tingkat kepuasan pelanggan secara bertahap selama beberapa bulan terakhir. Berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian dengan beberapa pelanggan tetap dan pengamatan terhadap ulasan digital di platform *Google Reviews*, ditemukan sejumlah keluhan terkait pengalaman yang kurang menyenangkan saat berkunjung (Alfatoni & Cempena, 2026). Keluhan-keluhan tersebut sebagian besar berpusat pada lambatnya penyajian pesanan, sikap pelayan yang dinilai kurang ramah atau kurang responsif saat suasana kafe sedang ramai, serta ketidaksesuaian antara menu yang dipesan dengan yang dihidangkan. Gejala-gejala ini secara langsung merepresentasikan memudarnya kepuasan konsumen terhadap Cafe Terserah (Sanjayawati, 2019). Gejala permasalahan ini semakin diperkuat oleh data internal awal berupa tren tingkat kunjungan kembali atau *repeat order* yang menunjukkan kurva fluktuatif cenderung menurun pada kuartal terakhir tahun ini.

Selain itu, persentase keluhan langsung dari pelanggan komplain di kasir meningkat sebesar 15% dibandingkan periode sebelumnya. Data fenomena ini membuktikan bahwa Cafe Terserah Dompu sedang menghadapi tantangan serius dalam mempertahankan basis pelanggannya. Jika gejala ketidakpuasan ini dibiarkan tanpa adanya intervensi perbaikan yang berbasis pada analisis ilmiah, maka keberlangsungan bisnis kafe ini di tengah menjamurnya kompetitor baru di Kabupaten Dompu akan sangat terancam.

Berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan, faktor utama yang ditengarai menjadi penyebab anjloknya kepuasan pelanggan di Cafe Terserah Dompu adalah belum optimalnya kinerja karyawan. Rendahnya kinerja ini terlihat dari kurangnya inisiatif staf dalam memberikan bantuan kepada pengunjung, pemahaman *product knowledge* yang masih minim, serta rendahnya daya tanggap karyawan saat kafe berada pada *peak hours* (Angraini & Stevany, 2021). Beberapa penelitian terdahulu membuktikan bahwa kinerja karyawan yang buruk baik dari segi kompetensi teknis maupun *soft skills* merupakan akar penyebab dari rusaknya interaksi pelayanan yang penting bagi bisnis *hospitality* (Arifin & Suarta, 2024; Daud, 2021). Kinerja karyawan yang fluktuatif dan kurang memadai tersebut secara otomatis berdampak buruk pada kualitas layanan yang ditawarkan oleh Cafe Terserah Dompu. Kualitas layanan yang buruk ini bertindak sebagai variabel mediasi, di mana ketidakmampuan karyawan dalam bekerja secara profesional menyebabkan layanan menjadi lambat, tidak akurat, dan tidak empati, yang pada titik akhir bermuara pada rasa kecewa pelanggan (Apriliana & Sukaris, 2022). Literatur pendukung menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan jembatan psikologis yang sangat vital, kinerja karyawan baru akan berdampak maksimal terhadap kepuasan apabila ia berhasil dikonversi menjadi layanan yang bernilai tinggi di mata pelanggan (Putratama & Prihandono, 2025; Aliya, 2025).

Melihat konstruksi masalah di atas, urgensi penelitian ini menjadi sangat tinggi bagi keberlangsungan manajemen Cafe Terserah Dompu. Penelitian ini penting dilakukan tidak hanya untuk mengidentifikasi letak kesalahan operasional secara objektif, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi strategis guna memulihkan kepercayaan konsumen (Ayu *et al.*, 2024). Di era persaingan bisnis modern, mengabaikan evaluasi kinerja sumber daya manusia dan gagal menjaga kualitas layanan sama halnya dengan merelakan pangsa pasar direbut oleh kompetitor. Oleh karena itu, langkah empiris untuk memetakan pengaruh variabel-variabel ini adalah kebutuhan yang mendesak untuk segera diselesaikan (Mokobombang & Natsir, 2024). Selain dari segi praktis, urgensi dari sisi akademis juga diperkuat oleh adanya *research gap* atau celah penelitian dari studi-studi terdahulu. Meskipun banyak studi menyepakati bahwa kinerja karyawan mempengaruhi kepuasan pelanggan, hasil penelitian Raharjo & Elida, (2023)

menunjukkan bahwa kinerja karyawan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan tanpa adanya mediasi kualitas layanan yang dirasakan secara fisik. Sebaliknya, penelitian Habib *et al.*, (2021) justru membuktikan bahwa kinerja karyawan dapat berdiri sendiri memengaruhi pelanggan tanpa harus dimediasi. Kesenjangan temuan ini menuntut adanya pembuktian ulang secara empiris di lokus yang berbeda, khususnya pada industri kafe lokal di Dompus, untuk memastikan peranan variabel mediasi.

Berangkat dari pemaparan kondisi umum, gejala masalah, penyebab utama, hingga urgensi akademis dan praktis tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji, menganalisis, serta membuktikan secara empiris hubungan antar variabel yang bermasalah. Penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk melihat bagaimana kinerja karyawan memengaruhi tingkat kepuasan pengunjung, serta memastikan sejauh mana kualitas layanan mampu menjembatani kedua variabel tersebut. Dari keseluruhan latar belakang masalah ini, penulis mengangkat penelitian dengan judul: "Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Mediasi Kualitas Layanan di Cafe Terserah Dompus".

2. KAJIAN TEORITIS

Grand Teori SOBC (*Stimulus-Organism-Behavior-Consequence*)

Teori SOBC (*Stimulus, Organism, Behavior, Consequence*) yang dikembangkan oleh Luthans, (2011) merupakan perluasan dari model psikologi perilaku tradisional yang menekankan bahwa perilaku manusia tidak hanya dipicu oleh rangsangan luar, melainkan hasil interaksi kompleks antara faktor lingkungan dan kognitif individu. Dalam model ini, *Stimulus* (S) bertindak sebagai pemicu lingkungan, *Organism* (O) mewakili proses internal, kognisi, dan karakteristik kepribadian individu yang mengolah stimulus tersebut, *Behavior* (B) adalah tindakan nyata atau kinerja yang dihasilkan, dan *Consequence* (C) merupakan hasil atau penguatan yang mengikuti perilaku tersebut. Pada teori ini menjelaskan bahwa kinerja karyawan (B) tidak muncul begitu saja, melainkan dipicu oleh stimulus organisasi seperti pelatihan atau motivasi (S) yang dikelola secara internal oleh kapasitas kognitif karyawan (O). Kinerja yang optimal tersebut kemudian mewujudkan dalam bentuk kualitas layanan yang unggul sebagai variabel mediasi, yang pada akhirnya menghasilkan kepuasan pelanggan sebagai konsekuensi positif (C). Hubungan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan adalah dampak akhir dari rantai perilaku yang diawali oleh kesiapan organisme dalam merespons stimulus kerja, di mana kualitas layanan menjadi jembatan operasional yang memastikan kinerja individu bertransformasi menjadi nilai nyata bagi konsumen.

Kinerja Karyawan

Kinerja karyawan didefinisikan sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan (Mangkunegara, 2017). Menurut Rahmawati *et al.*, (2022) kinerja merupakan manifestasi dari kemampuan dan motivasi individu yang dikonversi menjadi kontribusi nyata bagi pencapaian target organisasi di sektor jasa. Sejalan dengan itu, Saputri *et al.*, (2025) menekankan bahwa kinerja bukan sekadar hasil akhir, melainkan mencakup perilaku kerja yang konsisten dalam memenuhi standar profesionalitas yang ditetapkan perusahaan. Sementara itu, Bistain & Nurjanah, (2022) memandang kinerja sebagai tingkat keberhasilan karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugas kritis yang berdampak langsung pada kepuasan pengguna layanan. Untuk mengukur sejauh mana kinerja tersebut tercapai Roman dan Ichsan, (2021) menetapkan enam indikator pengukuran, yaitu: (1) Kualitas Kerja Pekerjaan, (2) Kuantitas Pekerjaan, (3) Kemandirian, (4) Inisiatif, (5) Adaptasi, dan (6) Kerja Sama.

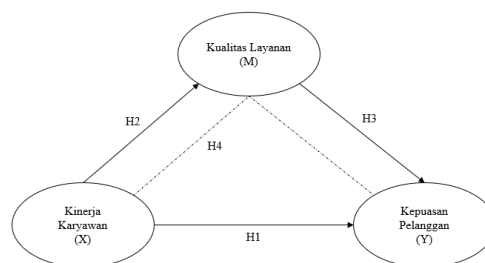
Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler & Keller, 2019). Kualitas layanan secara konseptual dipandang sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan oleh konsumen serta pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, di mana Kumrotin & Susanti, (2021) menekankan bahwa kualitas layanan merupakan fondasi utama dalam menciptakan diferensiasi kompetitif di industri jasa, sementara Martiana & Apriani, (2019) mendefinisikannya sebagai perbandingan antara persepsi layanan yang diterima dengan layanan yang diharapkan sebelumnya, dan Regina & Seno, (2020) menambahkan bahwa kualitas tersebut bersifat dinamis karena sangat bergantung pada interaksi antara penyedia jasa dengan penerima manfaatnya. Untuk mengukur variabel kualitas layanan, merujuk pada indikator yang dikemukakan oleh Kumrotin & Susanti, (2021) yang mencakup lima **indikator** utama yaitu: (1) Bukti Fisik (*Tangibles*), (2) Keandalan (*Reliability*), (3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), (4) Jaminan (*Assurance*), dan (5) Empati (*Empathy*).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap harapan mereka (Kotler & Keller, 2016). Sedangkan kepuasan pelanggan didefinisikan oleh Lubis & Tambunan, (2023) adalah sebagai evaluasi pasca-konsumsi di mana pelanggan membandingkan ekspektasi awal dengan kinerja aktual yang mereka rasakan saat berkunjung ke kafe. Hal ini diperkuat oleh

pandangan Martiana & Apriani, (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan adalah respons emosional yang muncul dari pengalaman menyeluruh terhadap atmosfer, produk, dan interaksi sosial di dalam lingkungan jasa. Sementara itu, Hasibuan (2021) menekankan bahwa kepuasan pelanggan merupakan fondasi utama bagi loyalitas, di mana perasaan senang konsumen akan memicu niat untuk melakukan kunjungan kembali secara konsisten. Untuk mengukur sejauh mana tingkat kepuasan tersebut tercapai Susilawati *et al.*, (2025) menetapkan empat indikator utama yang dapat digunakan sebagai alat ukur, yaitu: (1) Perasaan Puas, (2) Selalu membeli Produk, (3) Akan Merekomendasikan Kepada Orang Lain, (4) Terpenuhinya Harapan Pelanggan setelah Membeli Produk, (5) Keinginan untuk Berkunjung Kembali (*Re-visit Intention*), (6) Kesiapan Membayar Lebih (*Willingness to Pay More*), (7) Kebal Terhadap Tarikan Kompetitor (*Customer Immunity*), (8) Memberikan Umpan Balik Positif (*Positive Feedback/Review*).



Gambar 1. Kerangka Konseptual.

Catatan:

- > = Pengaruh Langsung
- - - - -> = Pengaruh Tidak langsung (Mediasi)

Hipotesis Penelitian:

H1: Kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

H2: Kinerja karyawan terhadap kualitas layanan.

H3: Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

H4: Kualitas layanan memediasi kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal untuk menganalisis hubungan sebab-akibat dan pengaruh antara variabel bebas (Kinerja Karyawan), variabel mediasi (Kualitas Layanan), dan variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) di Cafe Terserah Dompus. Mengingat populasi pelanggan bersifat *infinite* (tidak diketahui jumlah pastinya), sampel ditentukan sebanyak 97 responden menggunakan teknik *Non-*

Probability Sampling dengan metode *Accidental Sampling*, di mana ukuran sampel tersebut dihitung melalui *sample size calculator* pada tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 10%. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur daring dan luring berskala Likert 5 poin untuk mengukur persepsi responden, yang kemudian didukung oleh data sekunder berupa studi dokumentasi, catatan internal kafe, serta literatur relevan. Selanjutnya, Analisis data dilakukan menggunakan analisis *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui dua tahapan utama, yaitu evaluasi *Outer Model* (*Measurement Model*) untuk menguji *Convergent Validity* (*loading factor* > 0,70; *AVE* > 0,50), *Discriminant Validity* (kriteria Fornell-Larcker atau HTMT), dan *Reliability* (*Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* > 0,70), serta evaluasi *Inner Model* (*Structural Model*) dengan mengukur nilai *R²* (*R-Square*) untuk kekuatan prediksi, *f²* (*f-Square*) untuk besarnya pengaruh struktural, dan *Q²* (*Q-Square*) melalui teknik *blindfolding* untuk menilai relevansi prediktif model. Selanjutnya, untuk pengujian hipotesis, analisis dilakukan dengan melihat nilai *Path Coefficients* (Pengaruh Langsung) serta Tabel *Specific Indirect Effects* (Pengaruh secara Mediasi) untuk mengetahui arah hubungan (positif/negatif) serta membuktikan signifikansi hubungan antarvariabel tersebut secara statistik berdasarkan ambang batas nilai *P-Value* < 0,05 atau *T-Statistics* > 1,96.

Uji Hipotesis dan Mediasi

Uji hipotesis dilakukan melalui prosedur *Bootstrapping* untuk melihat signifikansi pengaruh langsung (*direct effect*) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*). Hipotesis dinyatakan diterima jika nilai *T-Statistics* > 1,96 dan *P-Value* < 0,05. Untuk menguji peran mediasi Kualitas Layanan, peneliti akan melihat koefisien jalur pada pengaruh tidak langsung ($X \rightarrow Z \rightarrow Y$).

Tabel 1. Operasional Variabel.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Variabel Independen (X): Kinerja Karyawan	Hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan.	Roman dan Ichsan, (2021). 1. Kualitas Kerja Pekerjaan. 2. Kuantitas Pekerjaan. 3. Kemandirian. 4. Inisiatif. 5. Adaptasi. 6. Kerja Sama.	Likert (1-5)
Variabel Mediasi (M): Kualitas Layanan	Tingkat keunggulan pelayanan yang diberikan karyawan untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan.	Kumrotin & Susanti, (2021). 1. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>)	Likert (1-5)
Variabel Dependen (Y):	Tingkat perasaan atau penilaian positif pelanggan setelah	Susilawati et al., (2025). 1. Perasaan Puas.	Likert (1-5)

Kepuasan Pelanggan	membandingkan antara kinerja layanan/produk yang diterima dengan harapannya.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Selalu Membeli Produk. 3. Akan Merekomendasikan kepada Orang Lain. 4. Terpenuhinya Harapan Pelanggan setelah Membeli Produk. 5. Keinginan untuk Berkunjung Kembali (<i>Re-visit Intention</i>). 6. Kesediaan Membayar Lebih (<i>Willingness to Pay More</i>). 7. Kebal Terhadap Tarikan Kompetitor (<i>Customer Immunity</i>). 8. Memberikan Umpan Balik Positif (<i>Positive Feedback/Review</i>).
--------------------	--	--

Sumber: (Roman dan Ichsan, 2021; Kumrotin & Susanti, 2021; Susilawati *et al.*, 2025).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

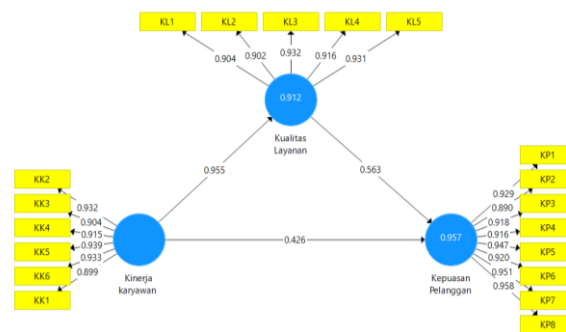
Gambaran Umum Responden

Tabel 2. Gambaran Responden.

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	50	51,55%
Laki-Laki	47	48,45%
Total	97	100%
Rentang Usia	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 17 Tahun	4	4,12%
18 - 25 Tahun	75	77,32%
26 - 35 Tahun	18	18,56%
Total	97	100%
Jenis Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pelajar / Mahasiswa	50	51,55%
Pegawai Negeri / Swasta	11	11,34%
Wiraswasta	12	12,37%
Lainnya	24	24,74%
Total	97	100%
Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
SMA / Sederajat	52	53,61%
D3	5	5,15%
S1	39	40,21%
S2 / S3	1	1,03%
Total	97	100%
Frekuensi Kunjungan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1 Kali	19	19,59%
2 - 5 Kali	52	53,61%
> 5 Kali	26	26,80%
Total	97	100%
Waktu Berkunjung	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pagi / Siang	14	14,43%
Sore / Malam	83	85,57%
Total	97	100%
Domisili	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Asli Dompu	88	90,72%
Luar Dompu	9	9,28%
Total	97	100%

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan data demografis pada Tabel 2, karakteristik 97 responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia muda dan dinamis, di mana mayoritas adalah konsumen perempuan sebanyak 50 orang (51,55%), berada pada rentang usia produktif 18–25 tahun sebanyak 75 orang (77,32%), serta berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 50 orang (51,55%). Sejalan dengan profil tersebut, latar belakang pendidikan terakhir responden terbesar adalah SMA/Sederajat sebesar 53,61% dan sebagian besar merupakan warga asli Dompu dengan persentase mencapai 90,72%. Selain itu, pola perilaku konsumen di tempat ini menunjukkan tingkat loyalitas dan habituasi yang cukup tinggi, yang tercermin dari mayoritas responden yang melakukan kunjungan sebanyak 2–5 kali (53,61%) dan sangat cenderung memilih waktu berkunjung pada sore atau malam hari, yaitu mencapai 83 orang atau sebesar 85,57%.



Gambar 2. Model Pengukuran.

Tabel 3. Measurement Model Testing Results (Outer Model).

Variabel	Kode Instrumen	Outer Loadings	Keterangan	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (CR)	Average Variance Extracted (AVE)
Kinerja Karyawan (X)	KK1	0,899	Valid	0,964	0,971	0,847
	KK2	0,932	Valid			
	KK3	0,904	Valid			
	KK4	0,915	Valid			
	KK5	0,939	Valid			
	KK6	0,933	Valid			
Kualitas Layanan (M)	KL1	0,904	Valid	0,953	0,964	0,841
	KL2	0,902	Valid			
	KL3	0,932	Valid			
	KL4	0,916	Valid			
	KL5	0,931	Valid			
Kepuasan Pelanggan (Y)	KP1	0,929	Valid	0,977	0,980	0,863
	KP2	0,890	Valid			
	KP3	0,918	Valid			
	KP4	0,916	Valid			
	KP5	0,947	Valid			
	KP6	0,920	Valid			
	KP7	0,951	Valid			
	KP8	0,958	Valid			

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil evaluasi model pengukuran (*outer model*), seluruh instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Kinerja Karyawan (X), Kualitas Layanan (M), dan Kepuasan Pelanggan (Y) terbukti sangat valid dan reliabel. Validitas konvergen terpenuhi secara optimal karena seluruh indikator pembentuk variabel memiliki nilai *outer loading* yang tinggi (berkisar antara 0,890 hingga 0,958) serta nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang melampaui ambang batas standar 0,50, yakni berada di rentang 0,841 hingga 0,863. Selain itu, tingkat konsistensi internal kuesioner juga tergolong sangat baik, yang dibuktikan oleh perolehan nilai *Cronbach's Alpha* (0,953–0,977) dan *Composite Reliability* (0,964–0,980) pada ketiga variabel tersebut, di mana seluruh nilainya sudah jauh melebihi kriteria minimal yang disyaratkan, yaitu 0,70 (Hair *et al.*, 2017).

Tabel 4. *Fornell-Larcker Criterion.*

Variabel	Kualitas Layanan	Kepuasan Pelanggan	Kinerja Karyawan
Kualitas Layanan	0,987		
Kepuasan Pelanggan	0,970	0,979	
Kinerja Karyawan	0,955	0,964	0,971

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Hasil uji *Fornell-Larcker Criterion* pada Tabel 4 menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang sangat baik, di mana setiap konstruk mampu menjelaskan varians indikatornya sendiri lebih baik dibandingkan dengan varians konstruk lainnya. Hal ini dibuktikan dengan nilai akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) yang terletak pada diagonal tabel (angka yang dicetak tebal atau berada di puncak kolom, seperti 0,987, 0,979, dan 0,971) memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk yang berada di bawahnya (Fornell dan Larcker, 1981). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kinerja Karyawan secara empiris benar-benar unik dan berbeda satu sama lain dalam model ini.

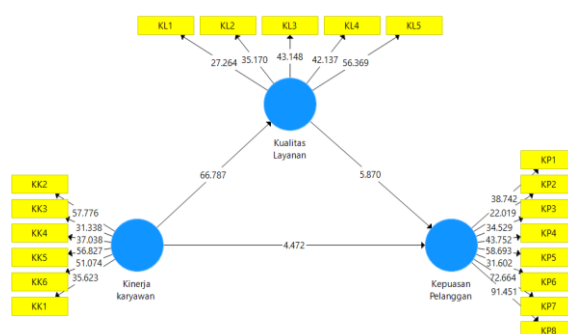
Tabel 5. *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT).

Variabel	Kualitas Layanan	Kepuasan Pelanggan	Kinerja Karyawan
Kualitas Layanan			
Kepuasan Pelanggan	0,782		
Kinerja Karyawan	0,814	0,814	

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil uji validitas diskriminan pada Tabel 5, nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) untuk seluruh hubungan antar-variabel telah memenuhi kriteria empiris yang disyaratkan dalam model PLS-SEM (Cohen, 1988). Nilai korelasi HTMT tertinggi tercatat pada hubungan antara Kinerja Karyawan dengan Kualitas Layanan sebesar 0,814 serta Kinerja

Karyawan dengan Kepuasan Pelanggan yang juga sebesar 0,814, sementara hubungan antara Kualitas Layanan dengan Kepuasan Pelanggan berada di angka 0,782. Karena seluruh nilai koefisien tersebut berada di bawah ambang batas ketat yang direkomendasikan, yaitu kurang dari 0,85 ($< 0,85$), maka dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk dalam penelitian ini benar-benar unik, memiliki validitas diskriminan yang sangat baik, dan terbukti mampu mengukur fenomena yang berbeda tanpa adanya masalah tumpang tindih (*overlap*) antar-indikator.



Gambar 3. Model Struktural.

Tabel 6. Nilai R Square.

Variabel	R Square	Keterangan
Kualitas Layanan (M)	0,912	Kuat
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,957	Kuat

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan data pada Tabel 6, nilai R Square tersebut mengungkapkan bahwa model yang di bangun memiliki kemampuan prediksi yang sangat impresif dan meyakinkan. Untuk variabel Kualitas Layanan (M), angka 0,912 menunjukkan bahwa sebesar 91,2% variabilitasnya berhasil dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model, sedangkan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) mencatatkan nilai yang lebih dominan yakni 0,957 atau sebesar 95,7%. Karena kedua nilai ini secara signifikan berada jauh di atas ambang batas kategori kuat (biasanya di atas 0,67), maka dapat disimpulkan bahwa model ini sangat efektif, akurat, dan memiliki relevansi empiris yang tinggi dalam memetakan faktor-faktor yang memengaruhi kedua variabel kepuasan tersebut.

Tabel 7. Nilai F Square (*Effect Size*).

Hubungan Variabel	Nilai F Square	Keterangan
Kinerja Karyawan terhadap Kualitas Layanan	0,582	Large Effect
Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan	0,373	Large Effect
Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan	0,650	Large Effect

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil uji *Effect Size* pada Tabel 7, nilai f^2 untuk seluruh hubungan antar-variabel secara konsisten menunjukkan kategori pengaruh yang besar (*large effect size*) karena nilainya berada jauh di atas ambang batas 0,35 yang ditetapkan oleh Cohen. Hubungan antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan mencatatkan nilai f^2 tertinggi sebesar 0,650, disusul oleh pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kualitas Layanan sebesar 0,582, dan pengaruh langsung Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,373. Angka-angka ini memberikan konfirmasi struktural yang sangat kuat bahwa setiap variabel prediktor dalam model ini tidak sekadar memiliki signifikansi secara statistik, melainkan juga memiliki kontribusi praktis yang sangat substansial dan penting dalam menjelaskan perubahan serta dinamika kepuasan pelanggan di Cafe Terserah Dompu.

Tabel 8. Nilai *Path Coefficients* (Pengaruh Langsung).

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan Hipotesis
Kualitas Layanan -> Kepuasan Pelanggan	0,563	5,741	0,000	Diterima
Kinerja Karyawan -> Kualitas Layanan	0,955	64,518	0,000	Diterima
Kinerja Karyawan -> Kepuasan Pelanggan	0,426	4,370	0,000	Diterima

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis pada Tabel 8, mengenai nilai *Path Coefficients*, seluruh jalur hubungan langsung antar-variabel terbukti berpengaruh positif dan signifikan sehingga semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima. Pengaruh langsung terbesar ditemukan pada hubungan antara Kinerja Karyawan terhadap Kualitas Layanan dengan nilai koefisien jalur (*Original Sample*) sebesar 0,955, nilai T-Statistic yang sangat tinggi yaitu 64,518 ($> 1,96$), serta *P-Value* sebesar 0,000 ($< 0,05$). Sementara itu, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai koefisien 0,563 (T-Statistic 5,741), disusul oleh pengaruh langsung Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,426 (T-Statistic 4,370). Keseluruhan nilai *P-Values* yang berada di angka 0,000 mengonfirmasi secara empiris bahwa peningkatan kinerja karyawan tidak hanya secara masif menaikkan kualitas layanan yang dirasakan, tetapi kedua variabel tersebut juga menjadi pendorong penting yang secara langsung menciptakan kepuasan yang tinggi bagi pelanggan di Cafe Terserah Dompu.

Tabel 9. Nilai *Specific Indirect Effects* (Pengaruh secara Mediasi).

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values	Keterangan Hipotesis
Kinerja Karyawan -> Kualitas Layanan -> Kepuasan Pelanggan	0,537	5,824	0,000	Diterima

Sumber: Hasil Analisis Data, (2026)

Berdasarkan hasil uji *Specific Indirect Effects* pada Tabel 9, ditemukan bahwa Kualitas Layanan terbukti secara signifikan mampu memediasi pengaruh antara Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Terserah Dompus. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Original Sample* sebesar 0,537 dengan nilai T-Statistic yang sangat tinggi yaitu 5,824 (jauh melebihi ambang batas kritis 1,96) serta nilai *P-Values* sebesar 0,000 (jauh di bawah 0,05), sehingga hipotesis mediasi ini resmi diterima. Hasil statistik yang sangat kuat ini memberikan penjelasan mendalam bahwa performa dan kinerja maksimal yang ditunjukkan oleh karyawan tidak serta-merta langsung menciptakan kepuasan bagi pelanggan, melainkan harus diwujudkan terlebih dahulu dalam bentuk kualitas pelayanan yang nyata, andal, dan responsif; di mana kualitas layanan yang unggul itulah yang menjadi faktor penentu utama dalam memberikan pengalaman positif serta kepuasan psikologis yang optimal bagi para pelanggan.

Pembahasan

Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Terserah Dompus

Hasil analisis menunjukkan bahwa Kinerja Karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Terserah Dompus. Secara statistik, kekuatan pengaruh ini dibuktikan oleh nilai *T-statistics* sebesar 4,370 serta nilai *P-Value* sebesar 0,000 yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Angka-angka ini menegaskan bahwa setiap peningkatan kualitas kinerja yang ditunjukkan oleh pramusaji atau staf kafe baik dari segi keramahan, kecepatan pelayanan, maupun ketepatan dalam menyajikan pesanan secara otomatis akan diikuti oleh peningkatan kepuasan yang dirasakan oleh pengunjung. Jika dibedah menggunakan kerangka teori SOBC (*Stimulus - Organism - Behavior - Consequence*), fenomena di Cafe Terserah Dompus ini menggambarkan mata rantai perilaku organisasi yang solid. Lingkungan kerja, standar operasional, atau pelatihan di kafe bertindak sebagai Stimulus (S), yang kemudian diserap secara psikologis dan motivasional oleh kondisi internal karyawan selaku Organism (O). Kondisi internal yang prima ini memicu Behavior (B) atau perilaku nyata berupa kinerja pelayanan yang responsif dan profesional. Pada akhirnya, perilaku kerja yang berkualitas tersebut menghasilkan Consequence (C) positif, yaitu munculnya rasa puas, loyalitas, dan penilaian baik dari pelanggan yang datang berkunjung.

Temuan statistik di Cafe Terserah Dompu ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang relevan di industri kuliner dan jasa. Pertama, penelitian oleh (Sanjaya, 2022) dalam studinya tentang industri kafe urban menemukan bahwa keandalan dan daya tanggap staf adalah penentu utama kenyamanan konsumen, di mana kinerja staf yang cekatan berbanding lurus dengan kebahagiaan pelanggan. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Bagaskara *et al.*, 2025; Pratama & Manggabarani, 2026) turut menegaskan bahwa di bisnis *hospitality*, interaksi langsung antara karyawan lini depan dengan konsumen memegang peran krusial; kinerja pelayanan yang ramah dan solutif terbukti secara empiris menjadi pendorong utama yang membuat pelanggan merasa dihargai dan puas.

Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kualitas Layanan di Cafe Terserah Dompu

Hasil analisis dalam penelitian ini membuktikan bahwa kinerja karyawan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan di Cafe Terserah Dompu, yang ditunjukkan oleh nilai *t-statistic* sebesar 64,518 dan *P-value* sebesar 0,000. Hubungan ini dapat dijelaskan secara komprehensif melalui kerangka teori SOBC (*Stimulus - Organism - Behavior - Consequence*). Pada Cafe Terserah Dompu, pelatihan, standar operasional, dan lingkungan kerja kafe bertindak sebagai *Stimulus* (S) yang memengaruhi kondisi internal atau motivasi karyawan sebagai *Organism* (O). Kondisi internal yang positif ini kemudian mendorong *Behavior* (B) atau perilaku kerja yang optimal, yang tercermin dari kinerja karyawan yang cekatan dan ramah. Perilaku kerja inilah yang secara langsung menghasilkan *Consequence* (C) berupa kualitas layanan yang prima, sehingga mampu memberikan kepuasan nyata bagi para pelanggan kafe.

Temuan ini juga memperkuat dan konsisten dengan beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji hubungan antarvariabel tersebut. Pertama, penelitian oleh (Indrawati *et al.*, 2021) yang menemukan bahwa kinerja lini depan (*frontline staff*) dalam industri kuliner berpengaruh signifikan terhadap dimensi kualitas layanan seperti ketanggapan (*responsiveness*) dan jaminan (*assurance*). Sejalan dengan studi dari (Puspitasari *et al.*, 2025; Aulia *et al.*, 2025) yang menegaskan bahwa kompetensi dan perilaku kerja karyawan yang tinggi di bisnis *coffee shop* modern secara empiris terbukti mendongkrak persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Dengan demikian, hasil penelitian di Cafe Terserah Dompu ini semakin mempertegas bahwa investasi pada peningkatan kapasitas dan kinerja karyawan merupakan kunci utama dalam mempertahankan serta meningkatkan mutu layanan di industri *food and beverage*.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan pelanggan di Cafe Terserah Dompu

Hasil pengujian pada Cafe Terserah Dompu yang menunjukkan pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ($t = 5,741$; $p = 0,000$) dapat dijelaskan secara akurat melalui kerangka teori SOBC. Kualitas Layanan bertindak sebagai *Stimulus* (S) lingkungan fisik dan interaksi sosial yang diterima oleh konsumen saat berkunjung. Stimulus positif tersebut kemudian diproses secara internal oleh aspek *Organism* (O) dan *Behavior* (B) pelanggan di mana persepsi kognitif dan emosi mereka selama menikmati layanan menghasilkan respons perilaku tertentu yang pada akhirnya bermuara pada *Consequence* (C) atau konsekuensi akhir berupa Kepuasan Pelanggan. Tingginya nilai t statistik membuktikan bahwa stimulus berupa keandalan, ketanggapan, dan keramahan staf di Cafe Terserah Dompu berhasil menyentuh sisi psikologis pelanggan secara mendalam, sehingga menciptakan konsekuensi evaluatif yang sangat positif terhadap kafe tersebut.

Temuan empiris ini juga memperkuat dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang relevan. Penelitian yang dilakukan oleh (Nishawati, 2025; Putri, 2025) yang menemukan bahwa dimensi kualitas layanan (seperti *responsiveness* dan *empathy*) memiliki dampak langsung dan positif yang signifikan dalam mengunci kepuasan konsumen di industri *food and beverage*. Sejalan dengan studi dari (Mulyatun *et al.*, 2025) yang menegaskan bahwa bagi pelaku bisnis kafe modern, interaksi layanan yang prima merupakan kunci utama yang secara konsisten memicu kepuasan dan loyalitas pelanggan. Keberhasilan Cafe Terserah Dompu dalam mencatatkan nilai signifikansi yang mutlak ($p < 0,05$) ini membuktikan bahwa teori SOBC dan konsistensi hasil penelitian terdahulu tetap berlaku kuat pada lanskap bisnis kuliner di daerah Dompu.

Kualitas Layanan dapat memediasi pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan pelanggan di Cafe Terserah Dompu

Berdasarkan hasil uji model mediasi ditemukan bahwa Kualitas Layanan berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Terserah Dompu dengan nilai t statistik 0,537, dan nilai p value 0,000. Hubungan mediasi ini dapat dijelaskan dengan sangat tepat menggunakan Kerangka Teori SOBC (*Stimulus-Organism-Behavior-Consequence*), sebuah model psikologi lingkungan yang memetakan bagaimana stimulus eksternal memengaruhi kondisi internal seseorang sebelum akhirnya melahirkan perilaku tertentu. Pada Cafe Terserah Dompu, Kinerja Karyawan bertindak sebagai *Stimulus* (S) lingkungan, yaitu rangsangan awal berupa keramahan, kecepatan, dan ketepatan pelayanan yang dirasakan langsung oleh konsumen. Rangsangan ini kemudian diproses secara internal oleh psikologis pelanggan (*Organism - O*),

yang dalam penelitian ini direpresentasikan melalui dimensi evaluasi Kualitas Layanan. Ketika kualitas layanan dinilai tinggi di benak pelanggan, proses evaluasi internal tersebut secara otomatis memicu respon positif (*Behavior* - B) berupa tindakan atau penilaian nyata, yang pada akhirnya bermuara pada kesimpulan akhir (*Consequence* - C) berupa tingginya tingkat Kepuasan Pelanggan. Alur SOBC ini membuktikan secara ilmiah mengapa kinerja karyawan tidak serta-merta langsung menciptakan kepuasan, melainkan harus diwujudkan dan dipersepsikan terlebih dahulu dalam bentuk kualitas layanan yang nyata di mata konsumen.

Temuan ini didukung oleh penelitian (Elizah & Wahyono, 2019) yang menyatakan bahwa peran mediasi kualitas layanan sangat penting dalam menjembatani kompetensi SDM terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, (Annisa & Kadir, 2023) menegaskan bahwa efektivitas operasional karyawan yang diimbangi dengan pelayanan prima secara tidak langsung melipatgandakan kepuasan di sektor kafe, sementara (Putri, 2023) menyimpulkan bahwa variabel perantara seperti kepuasan layanan memperkuat transmisi nilai positif dari perilaku karyawan menjadi hasil bisnis yang nyata.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan, di mana Kinerja Karyawan menjadi penggerak utama (*Stimulus*) yang secara langsung maupun tidak langsung meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Cafe Terserah Dompus. Berdasarkan kerangka teori SOBC, perilaku kerja karyawan (*Behavior*) yang profesional mampu menciptakan kualitas layanan prima yang kemudian diproses secara kognitif oleh pelanggan sebagai organisme (*Organism*), sehingga menghasilkan konsekuensi (*Consequence*) berupa kepuasan yang tinggi. Peran mediasi Kualitas Layanan juga terbukti sangat penting, yang menunjukkan bahwa kinerja staf akan memberikan dampak maksimal apabila dikonversi menjadi pengalaman layanan yang menyentuh sisi emosional dan psikologis pengunjung, bukan sekadar hubungan transaksional semata.

Rekomendasi

Berdasarkan temuan-temuan empiris di atas, maka dirumuskan beberapa rekomendasi strategis sebagai berikut: (a) Rekomendasi Manajerial (Operasional): Manajemen Cafe Terserah Dompus direkomendasikan untuk mengimplementasikan program pelatihan kompetensi interpersonal (*hospitality*) dan kecakapan teknis bagi karyawan secara berkala. Langkah ini penting sebagai investasi strategis guna mempertahankan sekaligus memperkuat

standar kinerja karyawan yang terbukti memiliki kontribusi prediktif yang sangat dominan (*effect size f²* besar) dalam model bisnis kafe. (b) Rekomendasi Taktis (Kualitas Layanan): Mengingat signifikansi jalur mediasi kualitas layanan yang sangat kuat, pengelola kafe direkomendasikan untuk melakukan standardisasi operasional terkait responsivitas (*responsiveness*) staf dan penyegaran atmosfer kafe (*tangibles*) secara berkala. Inovasi fisik dan pelayanan ini diperlukan untuk memastikan setiap titik interaksi (*touchpoint*) antara staf dan konsumen senantiasa menjadi stimulus positif yang mengunci kepuasan psikologis pelanggan. (c) Rekomendasi Akademis (Penelitian Selanjutnya): Bagi peneliti berikutnya, direkomendasikan untuk memperluas jangkauan model teoritis dengan mengintegrasikan variabel *outcomes* lanjutan seperti Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*) atau Citra Merek (*Brand Image*). Selain itu, disarankan pula untuk mengeksplorasi faktor lingkungan eksternal makro atau tren gaya hidup kontemporer di wilayah Dompu guna menangkap dinamika perilaku konsumen secara lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Alfatoni, A. A., & Cempena, I. B. (2026). Pengaruh persepsi harga, electronic word of mouth, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Café Avatar Drink and Chill di Kecamatan Gunung Anyar Surabaya. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 9358–9370. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5273>
- Aliya, N. (2025). *Pengaruh strategi pemasaran, kualitas layanan, dan aspek psikologi konsumen pengguna aplikasi MyPertamina terhadap volume penjualan tahun 2024 dalam perspektif bisnis Islam* [Disertasi doktoral, UIN Raden Intan Lampung].
- Anggraini, F. D., & Stevany, M. D. (2021). Pengaruh ketersediaan peralatan terhadap kinerja karyawan guna meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan tamu di Restoran Promenade Cafe Hotel New Saphir Yogyakarta. *Mabha Jurnal*, 2(2), 70–81. <https://doi.org/10.70018/mb.v2i2.31>
- Annisa, N., & Kadir, A. (2023). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Caffe Titik Koma Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(3), 297–314. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.226>
- Apriliana, A., & Sukaris, S. (2022). Analisa kualitas layanan pada CV. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi dan Akuntansi)*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Arifin, M., & Suarta, I. P. (2024). Kompetensi barista: Pengetahuan, keterampilan, dan etika di Aaron Teras Coffee Makassar. *Journal Barista Mixiologi and Restaurant Management*, 1(1), 7–12. <https://doi.org/10.33649/bosara.v1i1.279>
- Aulia, A., Novry, H., Paninggiran, K., Pariwisata, P. S., & Semarang, U. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan food and beverage service terhadap tingkat kepuasan tamu di Warung Dimsum Hotel Grand Arkenso Semarang. *Sapta Pesona: Jurnal Kepariwisataaan*, 3(1).

- Ayu, A. W. F., Asrina, R., Regina, S., Harahap, B. N., & Arsyadona, A. (2024). Penerapan manajemen risiko terhadap persaingan industri cafe dalam upaya mempertahankan loyalitas pelanggan pada Cafe Mahoni. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(12), 522–531. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3279>
- Bagaskara, R. S., Panjaitan, R., Sedayu, A., & Setiawan, A. (2025). Peran digital marketing, kualitas produk dan kualitas layanan dalam peningkatan keputusan pembelian ulang Kopi Disaat. *Dinamika: Jurnal Manajemen Sosial Ekonomi*, 5(2), 72–84. <https://doi.org/10.51903/v3azy604>
- Bistain, A. G., & Nurjanah, S. (2022). Pengaruh pelatihan kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan Resto dan Café Hoombang. *Jurnal Penelitian Terkini dalam Bisnis dan Ekonomi*, 1(1), 1–17.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Academic Press.
- Darmawati, A., & Satory, A. (2025). Pengaruh pertumbuhan bisnis kopi terhadap keputusan startup Fore Coffee untuk melakukan initial public offering (IPO). *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 5(1), 108–125. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v5i1.26375>
- Daud, M. D. S. (2021). Peran pengembangan soft skill karyawan dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada food and beverage department Raz Hotel and Convention Medan. *Edutourism Journal of Tourism Research*, 5(1), 108–122. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v5i01.455>
- Dewi, K. I. R., & Andayani, N. L. H. (2024). Strategi pemasaran pada food and beverage service department Hotel Banyualit Spa 'n Resort dalam meningkatkan penjualan. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(2), 15–23. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v7i2.80426>
- Elizah, E., & Wahyono, W. (2019). Peran kualitas pelayanan dalam memediasi pengaruh kompetensi pegawai, disiplin kerja, dan pemanfaatan SIAK terhadap kepuasan masyarakat. *Economic Education Analysis Journal*, 8(2), 847–865. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v8i2.31520>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Habib, F., Keke, Y., & Ratnasari, D. (2021). Pengaruh kinerja karyawan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna jasa drive thru tahun 2020. *Scriptura*, 11(1), 35–40. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.35-40>
- Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hasibuan, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi*, 4(3), 175–182. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v4i3.10322>
- Indrawati, B., Wijayanti, M., & Yuniati, T. (2021). Analisis kualitas layanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan GoFood di Kota Bekasi. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(2), 59–76. <https://doi.org/10.33558/optimal.v15i2.2771>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen pemasaran* (Jilid 1, Edisi ke-13). Erlangga.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Ko.We.Cok di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Lubis, M. F. I., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh harga, pelayanan dan customer experience terhadap kepuasan pelanggan pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 872–882. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3074>
- Luthans, F. (2011). *Organizational behavior: An evidence-based approach* (12th ed.). McGraw-Hill/Irwin.
- Mangkunegara. (2017). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*. Remaja Rosdakarya.
- Martiana, R., & Apriani, S. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. *The Asia Pacific Journal of Management Studies*, 6(2), 121–134.
- Mokobombang, W., & Natsir, N. (2024). Strategi pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan kinerja organisasi: Tinjauan pada industri jasa. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 606–618. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13756>
- Mulyatun, S., Sukmaningrum, D., & Wasianti, H. (2025). Model stimulus-respons pada pemasaran media sosial: Pengaruh Instagram dan WhatsApp Business terhadap engagement dan loyalitas konsumen di coffee shop Yogyakarta. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 22(2). <https://doi.org/10.20885/jabis.vol22.iss2.art4>
- Nida, S., Husainah, N., Maswanto, M., & Ananto, T. (2024). Pengaruh kepemimpinan, kompetensi, motivasi kerja terhadap kepuasan kerja dan implikasi terhadap kinerja karyawan. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 2(2), 14–27. <https://doi.org/10.71312/mrbest.v2i2.167>
- Nishawati, R. K. (2025). *Pengaruh lokasi usaha dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan di Coffee at Bien* [Disertasi doctoral, IAIN Metro].
- Pratama, R. S., & Manggabarani, A. S. (2026). Pengaruh kompetensi sumber daya manusia, motivasi, dan kreativitas terhadap kinerja UMKM kuliner di Bulungan Blok M Jakarta. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 5(3), 3188–3193. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v5i3.15163>
- Puspitasari, L., Rahayu, D. P., & Bawono, M. (2025). Pengaruh café atmosphere dan service quality terhadap keputusan pembelian di Kalenan Café and Resto Sawahan Kabupaten Nganjuk. *Jurnal Mahasiswa Manajemen dan Akuntansi*, 4.
- Putratama, R., & Prihandono, D. (2025). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen melalui kepercayaan pelanggan sebagai mediasi. *Jurnal Daya Saing*, 11(3), 922–929. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v11i3.2478>
- Putri, A. R. (2025). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di unit usaha retail Kobantitar Mart. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 584–593. <https://doi.org/10.37481/sjr.v8i2.1090>
- Putri, O. D. P. (2023). *Analisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas makanan terhadap niat berkunjung kembali dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi: Studi pada*

Rumah Makan Ayam Goreng Mbah Karto Tembel di Sukoharjo [Disertasi doktoral, Universitas Muhammadiyah].

- Raharjo, A. W. B., & Elida, T. (2023). Evaluasi kinerja karyawan, kepuasan karyawan, dan kepuasan pelanggan Rumah Makan Padang PS. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 228–240. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v9i2.881>
- Rahmawati, C., Fitriani, D., Haira, F., & Panorama, M. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah: Studi kasus Bank Muamalat Kantor Cabang Palembang. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 1(7), 1073–1088. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i7.123>
- Regina, C., & Seno, A. H. D. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen: Studi pada Du Cafe Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 465–474. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28748>
- Rohman, M. A., & Ichsan, R. M. (2021). Pengaruh beban kerja dan stres kerja terhadap kinerja karyawan PT Honda Daya Anugrah Mandiri Cabang Sukabumi: Manajemen sumber daya manusia. *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 2(1), 1–22.
- Sanjaya, S. (2022). Service quality to customers in food and beverages service department Ardan Hotel. *Jurnal Pariwisata Vokasi*, 3(1), 68–80.
- Sanjayawati, H. (2019). Perilaku komplain, penanganan komplain dan atribut harga pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 127–133. <https://doi.org/10.26905/jbm.v6i2.3699>
- Saputri, H., Anisa, N., Fatih, S. N., & Novrianto, A. (2025). Peningkatan kinerja karyawan dengan pelatihan service excellence pada Cafe Oppa Box. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Pendidikan*, 1(4), 204–207.
- Supriadi, P. N. (2025). Analisis kualitas pelayanan agar mengetahui perilaku konsumen di Kafe Pulang Pergi. *Proceeding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, 8(1), 355–359.
- Susilawati, D., Saryono, O., & Prabowo, F. H. E. (2025). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen: Studi pada konsumen Cafe Kopi Djati Ciamis. *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 6(3), 57–71.
- Ulfa, A. (2024). *Realitas gaya hidup pengunjung cafe di perkotaan: Studi di Daily Cafe Pahoman Bandar Lampung* [Disertasi doktoral, UIN Raden Intan Lampung].