



International Journal Administration, Business & Organization

E-ISSN 2721-5652

Available at <https://ijabo.a3i.or.id>

International Journal Administration, Business and Organization, 2022, Vol. 3 (2), 2022: 52-60

The Effect of Accessibility and Facilities on Halsean Coffee & Resto's Consumer Satisfaction at Cimahi, Indonesia

Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Halsean Coffee & Resto di Kota Cimahi, Indonesia

Muthia Valerina R¹, Rina Adysholihah F²

Commerce Administration Department, Politeknik Negeri Bandung

muthia.valerina.abs419@polban.ac.id¹, rina.adysholihah.abs419@polban.ac.id²

ABSTRACT

Currently, enjoying coffee has become a lifestyle for the community, this makes coffee shops one of the promising businesses in Indonesia. But it is undeniable, business people must pay attention to supporting factors such as access, facilities and other factors in building a coffee shop. Therefore, this study was made with the aim of examining the effect of accessibility, facilities, and customer satisfaction at Halsean Coffee & Resto in Cimahi City, Indonesia. This study uses an explanatory method with a quantitative approach. A total of 300 visitors to Halsean Coffee & Resto in Cimahi and surrounding areas were involved in this research. Data analysis in this study used frequency analysis, factor analysis, data normality analysis, and simple regression analysis with the help of SPSS v.24 software. The results of data analysis found that accessibility has a negative and insignificant direction on customer satisfaction, on the contrary, facilities have a positive and significant direction on customer satisfaction.

Keywords: Coffee Shop, Accessibility, Facilities, Consumer Satisfaction

JEL Classifications: L11, L21

ABSTRAK

Saat ini, menikmati kopi sudah menjadi *lifestyle* bagi masyarakat, hal tersebut membuat *coffee shop* menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan di Indonesia. Namun tidak bisa dipungkiri, para pelaku bisnis harus memperhatikan faktor penunjang seperti akses, fasilitas dan faktor lainnya dalam membangun sebuah *coffee shop*. Maka dari itu, penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk memeriksa pengaruh aksesibilitas, fasilitas, dan kepuasan konsumen pada Halsean Coffee & Resto di Kota Cimahi, Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Sebanyak 300 pengunjung Halsean Coffee & Resto di daerah Cimahi dan sekitarnya terlibat dalam penelitian ini. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis frekuensi, analisis faktor, analisis normalitas data, dan analisis regresi sederhana dengan bantuan software SPSS v.24. Hasil analisis data didapatkan bahwa aksesibilitas memiliki arah yang negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, sebaliknya fasilitas memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Kedai Kopi, Aksesibilitas, Fasilitas, Kepuasan Konsumen

JEL Classifications: L11, L21

LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil kopi terbesar di dunia. Hal tersebut membuat *coffee shop* menjadi salah satu bisnis yang menjanjikan di Indonesia. Saat ini, menikmati kopi sudah menjadi *lifestyle* bagi masyarakat Indonesia. Penikmat

kopi di Indonesia pun hampir tidak memandang usia, mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula, sehingga tak terhitung jumlahnya.

Coffee shop merupakan tempat yang menyediakan berbagai macam jenis kopi serta minuman non alkohol lainnya dalam suasana yang nyaman, santai, dan dilengkapi dengan alunan musik (pemutar audio ataupun *live music*), televisi, bacaan, serta koneksi internet nirkabel (*wifi*). Selain itu, *coffee shop* juga didesain dengan interior yang memiliki ciri khas serta memberikan pelayanan yang ramah. Saat ini, *coffee shop* tidak hanya digunakan untuk tempat menikmati kopi, tetapi biasa dimanfaatkan untuk tempat mengerjakan tugas, berfoto, bertemu dengan rekan kerja, dan menonton acara musik (Fakhrunisa, 2019).

Perkembangan tren bisnis kopi berkembang cukup pesat di Indonesia. Salah satu kota yang mengalami perkembangan pesat adalah Kota Cimahi. Jumlah usaha *coffee shop* di Kota Cimahi dalam data terakhir tahun 2020 terdapat 114 unit. Jika dibanding dengan tahun sebelumnya, perkembangan *coffee shop* di Kota Cimahi terus mengalami pertumbuhan yang signifikan, dimulai dari tahun 2015 yang kurang <45 unit (Open Data Jabar, 2021).

Salah satu *coffee shop* yang berada di Kota Cimahi adalah Halsean Coffee & Resto. *Coffee shop* ini berada di daerah Padasuka, Kecamatan Cimahi Tengah. Halsean Coffee & Resto memiliki konsep dimana pengunjung dapat merasakan suasana yang *hommy* dengan nuansa yang tenang dan nyaman. Selain itu, Halsean Coffee & Resto menyediakan fasilitas lengkap, mulai dari *wifi*, stopkontak, pendingin udara, toilet, *smoking/outdoor area*, serta mushola. Fasilitas tersebut diberikan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Selain harus memperhatikan fasilitas yang diberikan, para pelaku bisnis juga harus memperhatikan faktor-faktor lainnya, contohnya aksesibilitas. Aksesibilitas merupakan suatu ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi (Arifin & Yusuf, 2021). Chaniago (2021) mengingatkan, lokasi yang strategis memungkinkan untuk menjual harga lebih tinggi dan berpotensi lebih berkembang.

Maka dari itu, penelitian ini dibuat bertujuan untuk memeriksa pengaruh aksesibilitas dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Halsean Coffee & Resto. Keuntungan dari sudut pandang pendidikan adalah memperluas pengetahuan tentang pengaruh aksesibilitas dan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di wilayah Cimahi.

TINJAUAN PUSTAKA

***Coffee Shop* (Kedai Kopi)**

Coffee shop merupakan salah satu usaha yang menjanjikan. Pertumbuhan *coffee shop* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Tak hanya di kota-kota besar, kota-kota kecil sekalipun sudah memiliki banyak sekali gerai kopi yang menjamur meski memiliki standar dan pasar yang berbeda-beda (Utama, 2020). Konsumsi kopi di Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian, 2022).

Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan keadaan dimana seorang pelanggan memperoleh kemudahan dalam mencapai suatu produk atau jasa (Yuliyana & Susilowati, 2021). Menurut sumber lainnya dari Audistiana (2017) menjelaskan bahwa aksesibilitas merupakan suatu ukuran kenyamanan dan kemudahan pencapaian lokasi dan hubungannya satu sama lain, mudah atau sulitnya lokasi tersebut dicapai melalui transportasi. Selain itu juga, Auliafati (2021) menjelaskan bahwa aksesibilitas adalah hak atas akses yang merupakan layanan kebutuhan melakukan perjalanan yang mendasar.

Dalam hal ini aksesibilitas harus disediakan oleh pemerintah terlepas dari digunakannya moda transportasi yang disediakan tersebut oleh masyarakat.

Fasilitas

Fasilitas merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan sebelum produk atau jasa dapat ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas yang menarik, membuat suasana nyaman, aman serta memiliki ciri khas tentu akan menarik perhatian dan meningkatkan kepuasan konsumen (Chaniago et al, 2019). Begitu juga sebaliknya, apabila fasilitas yang disediakan tidak memadai atau tidak sesuai dengan harga yang ditawarkan, maka akan menimbulkan kerugian bagi perusahaan. Hal-hal yang perlu disampaikan dalam fasilitas antara lain (1) kelengkapan, kebersihan dan kerapihan fasilitas yang ditawarkan, (2) kondisi dan fungsi fasilitas yang ditawarkan, (3) kemudahan penggunaan fasilitas yang ditawarkan, serta (4) kelengkapan alat (Vani, 2018).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan. (Sriwidodo & Indriastuti, 2010). Sedangkan menurut Day (dalam Tse dan Wilton, 1998) seperti yang dikutip oleh Krisdayanto dkk. (2018) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini digunakan menggunakan metode eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa penelitian eksplanatori adalah penelitian yang menjelaskan tentang kausal antara variabel-variabel yang mempengaruhi hipotesis. Sedangkan pendekatan kuantitatif adalah pendekatan penelitian dengan menggunakan berbagai statistik dan matematik (Silalahi & Harmon, 2021). Alasan utama pemilihan jenis penelitian eksplanatori ini yaitu untuk menguji hipotesis yang diajukan agar dapat menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Responden pada penelitian ini adalah 300 konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di Halsean Coffee & Resto serta berasal dari daerah Kota Cimahi dengan rentang usia 17-32 tahun. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan bantuan digital yaitu Google Form.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah berupa kuesioner dengan jumlah 30 pertanyaan yang terdiri atas dua bagian. Bagian pertama yaitu kuesioner yang berisi identitas dan pertanyaan konfirmasi atas kesesuaian kriteria responden, sedangkan bagian kedua berisi pernyataan yang dibuat berdasarkan indikator sari setiap variabel mengenai pengaruh aksesibilitas dan juga fasilitas terhadap kepuasan konsumen di Halsean Coffee & Resto. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis frekuensi, analisis faktor, analisis normalitas data, dan analisis regresi sederhana dengan bantuan software SPSS v.24.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salsa (2021) mengatakan bahwa analisis data demografi dilakukan untuk mengetahui apakah responden tersebut sudah sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan

atau belum. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil analisis karakteristik demografi responden pada penelitian ini.

Tabel 1 Demografi Responden

Keterangan	Demografi	Frekuensi	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Pria	148	49,3
	Wanita	152	51
Usia	17-21	105	35
	22-26	150	50
	27-31	40	23
	>32	5	2
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	244	81,3
	Karyawan Swasta	31	10,3
	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	12	4
	Wirausaha	8	2,7
	Ibu Rumah Tangga	5	1,7
Pendidikan Terakhir	SD atau sederajat		0
	SMP atau sederajat	20	6,7
	SMA/SMK sederajat	219	73
	Diploma III (D-III)	29	9,7
	Sarjana (S1/D-IV)	32	10,7
Rata-rata penghasilan dalam sebulan	<Rp. 500.000	90	30
	Rp. 500.000-Rp.1000.000	75	25
	Rp. 1000.000-Rp.1.500.000	65	22
	>Rp. 1.500.000	70	23

Hasil Validitas dan Reliabilitas

Keabsahan alat ukur variable diukur menggunakan uji validitas dan reliabilitas (Gursida & Harmon, 2017). Sedangkan menurut Annida (2021) menyatakan bahwa dengan pengujian validitas, dapat diketahui sejauh mana instrument mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukurannya. Sebuah alat ukur dinyatakan valid juga reliabel ketika nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel yang sudah ditentukan. Pada penelitian ini menggunakan r tabel >0.3 dan Cronbach alpha >0.6 (Gursida & Harmon, 2017). Berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas.

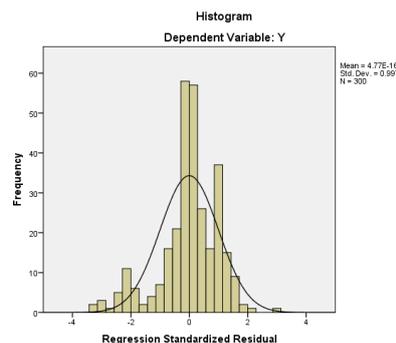
Tabel 2 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

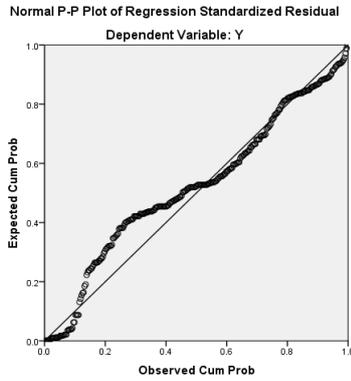
Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket.	Cronbach Alpha
Aksesibilitas	X1	0,571	0,3	Valid	0,745
	X2	0,405	0,3	Valid	
	X3	0,578	0,3	Valid	
	X4	0,784	0,3	Valid	
	X5	0,725	0,3	Valid	
	X6	0,791	0,3	Valid	
	X7	0,553	0,3	Valid	
Fasilitas	X8	0,641	0,3	Valid	0,943
	X9	0,675	0,3	Valid	

	X10	0,817	0,3	Valid	
	X11	0,738	0,3	Valid	
	X12	0,701	0,3	Valid	
	X13	0,809	0,3	Valid	
	X14	0,646	0,3	Valid	
	X15	0,825	0,3	Valid	
	X16	0,582	0,3	Valid	
	X17	0,781	0,3	Valid	
	X18	0,765	0,3	Valid	
	X19	0,696	0,3	Valid	
	X20	0,728	0,3	Valid	
	X21	0,805	0,3	Valid	
	X22	0,696	0,3	Valid	
	X23	0,825	0,3	Valid	
Kepuasan Konsumen	X24	0,846	0,3	Valid	0,901
	X25	0,641	0,3	Valid	
	X26	0,89	0,3	Valid	
	X27	0,791	0,3	Valid	
	X28	0,809	0,3	Valid	
	X29	0,818	0,3	Valid	
	X30	0,758	0,3	Valid	

Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah variable di dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat dari hasil grafik P-Plots dan juga grafik histogram. Pada uji grafik, data yang memiliki pola statistik seperti lonceng pada diagram histogram serta titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal pada grafik P-Plots merupakan model regresi yang memenuhi asumsi normalitas.





Hasil Analisis Regresi Sederhana

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.466	.462	2.163
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Koefisien determinasi (R²) dilakukan untuk mengukur kekuatan pengaruh aksesibilitas (X1) dan fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil pengujian tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0.466. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa 46.6% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh aksesibilitas dan juga fasilitas, sedangkan sisanya sebesar 53.4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.002	1.140		9.654	.000
	X1	-.045	.038	-.060	-1.185	.237
	X2	.289	.021	.713	14.086	.000
a. Dependent Variable: Y						

Dari tabel tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa nilai konstanta sebesar 11.002, yaitu apabila aksesibilitas dan fasilitas tidak ada maka nilai kepuasan konsumen sebesar 11.002. Koefisien regresi aksesibilitas (X1) sebesar -0.060 dengan signifikansi sebesar 0.237 lebih besar dari 0.05 menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas secara parsial tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Koefisien regresi fasilitas (X2) sebesar 0.713 dengan nilai signifikan sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 secara parsial berpengaruh signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Maka, berdasarkan tabel *coefficient* diatas, didapatkan rumus persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 11.002 - 0.060 X1 + 0.713 X2$$

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Parsial) biasa digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hipotesis akan diterima jika nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05 dan hipotesis ditolak apabila nilai signifikannya lebih besar dari 0.05.

Coefficients ^a						
---------------------------	--	--	--	--	--	--

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.002	1.140		9.654	.000
	X1	-.045	.038	-.060	-1.185	.237
	X2	.289	.021	.713	14.086	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa :

a) Pengujian Hipotesis Pengaruh Aksesibilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel aksesibilitas (X1) adalah sebesar 0.237. Nilai signifikansi (Sig) $0.237 >$ probabilitas 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H1 atau hipotesis pertama ditolak yang artinya tidak ada pengaruh Aksesibilitas (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

b) Pengujian Hipotesis Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel fasilitas (X2) adalah sebesar 0.000. Nilai signifikansi (Sig) $0.000 <$ probabilitas 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa H2 atau hipotesis kedua diterima yang artinya terdapat pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan dua temuan utama yaitu tingkat pengaruh dan signifikansi antar variabel aksesibilitas (X1) dan fasilitas (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Berikut ini merupakan hasil temuan dari penelitian:

1. Pengaruh Aksesibilitas (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil analisis menunjukkan bahwa aksesibilitas (X1) memiliki koefisien regresi sebesar -0.060 dengan arah yang negatif dan nilai signifikan sebesar 0.237 yang berarti lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa aksesibilitas (X1) memiliki arah yang negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil tersebut tidak sesuai dengan hipotesis yang peneliti ajukan, dimana aksesibilitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Handayani (2019), Sudarwan dkk. (2021), dan Natalia dkk. (2020).

2. Pengaruh Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil analisis menunjukkan bahwa fasilitas (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0.713 dengan arah yang positif dan nilai signifikan sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa fasilitas memiliki arah yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian, hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang peneliti ajukan, dimana hipotesis kedua diterima yang artinya terdapat pengaruh fasilitas (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y).

Ini merupakan sarana yang disediakan oleh Halsean Coffee & Resto untuk memberikan pelayanan atau kesempatan kepada konsumen untuk menikmatinya.

Dengan tersedianya sarana, maka akan mendorong calon konsumen untuk berkunjung, melakukan pembelian, dan memberikan kepuasan.

Saran

Pada bagian ini terdapat beberapa saran:

1. Bagi Halsean Coffee & Resto, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dorongan bahwa aksesibilitas juga memiliki peran penting dalam peningkatan kepuasan konsumen karena dari hasil kuesioner yang disebarakan sebelumnya kepada para responden, mereka menjelaskan bahwa akses jalan masuk menuju lokasi terlalu kecil/sempit dan hanya muat untuk kendaraan bermotor sehingga perlu diperhatikan seperti kenyamanan dan kondisi jalan yang baik sehingga konsumen ramai berkunjung.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan memperluas penelitian terhadap variabel-variabel lain terkait hubungan kepuasan konsumen yang tidak penulis teliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Annida Khoiriani. (2021). The Influence of Motivation and Work Ability on Job Satisfaction and Performance of Restaurant Employees in the City of Tourism in Yogyakarta, Indonesia. *International Journal Administration Business & Organization*, 2(1), 31-43. Retrieved from <https://ijabo.a3i.or.id/index.php/ijabo/article/view/158>
- Arifin, J. N., & Yusuf, M. (2021). Pengaruh Tactical Urbanism Terhadap Aksesibilitas pada Kawasan Mass Rapid Transit (MRT) Cipete Jakarta. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), C202-C208.
- Auliafati, A. (2021). *Tinjauan Aksesibilitas Difabel Pengguna Kursi Roda Di Perpustakaan Nasional RI* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Chaniago, H. (2021). *Manajemen Ritel & Implementasinya*. Bandung, Indonesia: Edukasi Riset Digital, PT Chaniago, H., Mulyawan, I., Suhaeni, Ti and Jumiyani, R. 2019. Faktor Kunci Keberhasilan Ritel Modern di Indonesia. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, Poltek Batam. <https://doi.org/10.30871/jaemb.v7i2.1726>
- Fakhrunisa, S. A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran 372 Kopi di Bandung. *Studi Deskriptif Kualitatif Komunikasi Pemasaran 372 Kopi Di Bandung* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Handayani, S., Wahyudin, N., & Khairiyansyah, K. (2019). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(2), 123-133.
- Gursida, H & Harmon. (2017). *Metode Penelitian Bisnis dan Keuangan Konsep dan Implementasinya*. Bandung: Paspi.
- Krisdayanto, I., Haryono, A. T., & Gagah, E. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di I Cafe Lina Putra Net Bandung. *Journal of Management*, 4(4).
- Natalia, C. Y., Karini, N. M. O., & Mahadewi, N. P. E. (2020). Pengaruh Aksesibilitas dan Fasilitas terhadap Kepuasan Wisatawan ke Broken Beach dan Angel's Billabong. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 8(1), 10-17.
- Salsa Dewi Nurfadilah. (2021). ANALYSIS OF CHANGES IN E-COMMERCE CONSUMER BEHAVIOR DURING THE CORONAVIRUS PANDEMIC (STUDI ON SHOPEE CONSUMER IN SUKABUMI). *International Journal Administration Business & Organization*, 2(1), 16-23. Retrieved from <https://ijabo.a3i.or.id/index.php/ijabo/article/view/70>
- Silalahi, F., & Harmon Chaniago. (2021). Analysis of Changes in Shopee's E-Commerce Consumer Behavior During the Covid 19 Pandemic in Bandung City. *International Journal Administration Business & Organization*, 2(1), 79-88. Retrieved from <https://ijabo.a3i.or.id/index.php/ijabo/article/view/161>
- Sriwidodo, U., & Indriastuti, R. T. (2010). Pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 10(2).
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 284-294.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

- Utama, A. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Coffee Shop di Kota Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Vani, V. (2018). Analisis Pengaruh Facilities, Customer Value, Brand Equity dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction pada PT.Jasco Logistics Semarang.
- Yuliyana, P. I., & Susilowati, F. (2021). Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Aksesibilitas dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Masa New Normal (Studi Kasus pada Pelanggan Mirota Kampus Babarsari): Pengaruh Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Aksesibilitas dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Masa New Normal (Studi Kasus pada Pelanggan Mirota Kampus Babarsari). *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 4(1), 26-39.