

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN CUSTOMER GEN Z PADA COFFE SHOP POINT COFFE BANDAR LAMPUNG

Satria Yuda Abdillah¹, Ruslaini², Heri Sutopo³

Universitas Muhammadiyah Lampung

stryudaabdi@gmail.com

Naskah masuk: 25-04-2025, direvisi: 06-05-2025, diterima: 20-07-2025, dipublikasi: 01-09-2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan generasi Z pada salah satu coffee shop di Bandar Lampung, yaitu Point Coffee. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada fenomena meningkatnya minat generasi Z terhadap coffee shop sebagai salah satu gaya hidup modern. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner online kepada 100 responden yang merupakan konsumen generasi Z yang pernah menggunakan layanan Point Coffee Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, sehingga responden yang dipilih benar-benar sesuai dengan kriteria penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 9,560 lebih besar dari t-tabel 1,984 serta nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, hubungan antar variabel tergolong kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,695. Kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mencapai 48,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi manajemen coffee shop dalam merumuskan strategi pelayanan yang efektif untuk menarik dan mempertahankan konsumen generasi Z. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan menjadi kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di industri coffee shop yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Gen Z, Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction among Generation Z at one of the coffee shops in Bandar Lampung, namely Point Coffee. The background of this research is based on the growing trend of Generation Z's interest in coffee shops as part of a modern lifestyle. The research employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through an online questionnaire distributed to 100 respondents who are Generation Z consumers that have used the services of Point Coffee Bandar Lampung. The sampling technique used was purposive sampling to ensure that respondents met the research criteria. The results of the analysis show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. This is evidenced by the t-count value of 9.560, which is greater than the t-table value of 1.984, and a significance level of 0.000, which is less than 0.05. Furthermore, the relationship between the variables is categorized as strong, with a correlation coefficient of 0.695. Service quality contributes 48.3% to customer satisfaction, while the remaining percentage is influenced by other factors not examined in this study. These findings provide important implications for coffee shop management in formulating effective service strategies to attract and retain Generation Z customers. Thus, improving service quality is a key strategy to enhance customer satisfaction in the increasingly competitive coffee shop industry.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Generation Z, Coffee Shop

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, industri *coffee shop* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, terutama di kalangan generasi muda. Menurut data Kementerian Perindustrian (2023), konsumsi kopi di Indonesia mengalami peningkatan sekitar 8% per tahunnya, dengan kontribusi terbesar berasal dari konsumen berusia 18–25 tahun. Fenomena ini menunjukkan bahwa kopi tidak lagi sekadar minuman, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup, khususnya bagi Generasi Z. Perkembangan ini pada gilirannya memunculkan persaingan yang semakin ketat di antara para pelaku bisnis *coffee shop*, terutama di kota-kota besar seperti Bandar Lampung yang tengah mengalami pertumbuhan signifikan dalam bisnis kuliner dan gaya hidup.

Dalam menghadapi persaingan yang semakin dinamis, kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Konsumen modern tidak hanya menuntut produk berkualitas, tetapi juga layanan yang cepat, ramah, informatif, serta mampu memenuhi bahkan melampaui ekspektasi mereka. Hal ini semakin penting ketika target pasar utama adalah Generasi Z, yakni generasi yang dikenal kritis, adaptif terhadap teknologi, serta memiliki preferensi layanan yang lebih personal dan interaktif. Generasi ini menempatkan pengalaman sebagai nilai tambah yang membedakan suatu merek dari pesaingnya.

Point Coffee sebagai salah satu jaringan *coffee shop* yang berkembang pesat di Indonesia berupaya menghadirkan pengalaman menikmati kopi yang praktis namun tetap berkualitas. Kehadiran Point Coffee di Bandar Lampung tidak hanya menjawab kebutuhan konsumen akan produk kopi, tetapi juga menghadapi tantangan untuk bersaing dari segi kualitas pelayanan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana kualitas layanan yang diberikan mampu memengaruhi kepuasan pelanggan, khususnya dari segmen Generasi Z sebagai pasar dominan saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Generasi Z pada Point Coffee di Bandar Lampung, serta mengukur seberapa besar kontribusi kualitas layanan dalam membentuk tingkat kepuasan tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai dasar evaluasi dan perbaikan strategi layanan bagi manajemen Point Coffee, serta memberikan kontribusi akademis dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan perilaku konsumen generasi muda dalam industri *coffee shop*.

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif, metode ini dipilih karena dapat mengukur hubungan antar variabel secara objektif melalui data yang bersifat numerik, subjek yang di gunakan adalah coffee shop Point Coffee di Bandar Lampung dengan target responden generasi Z, dengan metode survei, dimana data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner online (Google Form) yang disebarakan melalui media sosial, pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling dengan kriteria responden merupakan generasi Z yang pernah menggunakan layanan Point Coffee, jumlah responden yang di dapat adalah 100 responden, variabel yang diteliti terdiri dari :

1. variabel independen (X) variabel independen dalam penelitian ini adalah: (Kualitas Pelayanan) yaitu bagaimana usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pelayanan yang maksimal kepada pengunjung nya Indikator bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan, empathy.
2. variabel dependen (Y) adalah: kepuasan customer (pelanggan) seberapa besar tingkat kepuasan customer terhadap kualitas pelayanan yang di berikan oleh perusahaan, Indikator kualitas produk, harga dan pelayanan analisis data menggunakan SPSS

meliputi uji validitas dan reliabilitas, statistik deskriptif, analisis regresi linear sederhana, uji T, serta uji koefisien korelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan dari analisis data yang telah dilakukan maka berikut adalah pembahasan lengkap dari hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan customer generasi Z pada Point Coffee Bandar Lampung.

1. Uji Validitas

Uji Validitas di lakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu instrumen dapat di gunakan untuk mengukur apa saja yang harus di ukur , uji validitas di lakukan pada 100 orang responden pengujian validitas menggunakan tingkat signifikan (α) sebesar 5% atau 0,05. untuk memperoleh nilai r tabel terlebih dahulu mencari $Df = N-2 = 100 - 2 = 98$ sehingga nilai r tabel = 0.197. data dinilai valid apabila nilai r hitung $>$ r table dan nilai signifikan $<$ 0.05. adapun alat pengujian yang dipakai adalah rumus korelasi product moment pearson dengan menggunakan aplikasi (IBM SPSS Statistica 26) tabel diatas, menunjukan bahwa seluruh item dinyatakan (valid) karena koefisien yang dihasilkan lebih besar dari 0.261. sehingga tidak perlu mengganti atau menghapus pernyataan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui konsistensi alat ukur jika digunakan objek yang sama lebih dari sekali. atau dengan kata lain uji reliabilitas dapat diartikan bertujuan menunjukan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih Jika reabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan jika 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik berdasarkan hasil perhitungan rumus Alfa Cronbach dengan menggunakan SPSS maka diperoleh keputusan koefisien reabilitas dari penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Validitas
Uji Validitas Seluruh Variabel

Variabel	No. Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	X.1	0.673	0.197	Valid
	X.2	0.759	0.197	Valid
	X.3	0.693	0.197	Valid
	X.4	0.643	0.197	Valid
	X.5	0.629	0.197	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.714	0.197	Valid
	Y.2	0.671	0.197	Valid
	Y.3	0.705	0.197	Valid
	Y.4	0.701	0.197	Valid
	Y.5	0.608	0.197	Valid

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.709	5

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.711	5

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa seluruh variabel pernyataan mempunyai nilai yang bisa dikategorikan reliabilitas adalah dapat diterima karena lebih besar dari nilai cronbach'c alpha 0,6

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ini diterapkan menilai data dengan menjelaskan informasi seperti yang telah dikumpulkan, tanpa berusaha untuk menarik penilaian yang luas atau umum Sugiyono, 2018:147 Statistik deskriptif membagikan ringkasan data berdasarkan maksimum, standart deviasi , minimum, dan Mean

Tabel 3. Uji statistik deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	100	10	20	16.98	2.030
Kepuasan Pelanggan	100	11	20	16.87	2.097
Valid N (listwise)	100				

1. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 100 orang dari analisis penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) kualitas pelayanan adalah sebesar 10. Nilai maksimum (tertinggi) sebesar 20 hal tersebut menunjukkan bahwa nilai kualitas pelayanan berkisaran diantara 10 sampai 20 dengan nilai rata-rata (mean) 16.98 dan nilai standar devisi sebesar 2.03. Jika dilihat dari nilai standar devisi lebih kecil atau kurang dari nilai rata-rata (mean) yang berarti bahwa kualitas pelayanan memiliki data sebaran yang merata
2. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 100 orang dari penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum (terendah) kepuasan customer adalah sebesar 11. nilai maksimum (tertinggi) sebesar 20. hal tersebut menunjukkan bahwa nilai kepuasan customer berkisaran diantara 11 sampai 20 dengan nilai rata-rata (mean) 16.87 dan nilai standar devisi sebesar 2.10. Jika dilihat dari nilai standar devisi lebih kecil atau kurang dari nilai rata-rata (mean) yang berarti bahwa kepuasan customer memiliki sebaran data yang merata

4. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 5. Output Regresi Linear Sederhana

Output SPSS Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.686	1.284		.361
	Kualitas Pelayanan	.718	.075	.695	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Untuk menentukan persamaan regresi Sederhana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dilakukan analisis koefisien regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 4.686 + 0.718 X$$

Dimana :

X = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Customer

Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. a = 4.686 menunjukan bahwa jika nilai X (tidak mendapati perubahan) maka nilai konstanta Y sebesar 4.686.
2. b1 = 0.718 menyatakan jika X bertambah, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0.718.

5. Uji T Partial

Uji t parsial (partial t-test) adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah suatu variabel independen tertentu secara signifikan mempengaruhi variabel dependen dalam suatu model regresi linear sederhana, ketika kontrol terhadap variabel-variabel independen lainnya telah dilakukan, uji t parsial memungkinkan kita untuk mengevaluasi kontribusi individu dari variabel independen yang spesifik terhadap variabel dependen, dengan mengontrol pengaruh variabel independen lainnya.

Tabel 6. Output SPSS Uji T Partial

Output SPSS Uji T Partial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.686	1.284		.361
	Kualitas Pelayanan	.718	.075	.695	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Diperoleh nilai Kualitas Pelayanan (X1) thitung sebesar 8.833 selanjutnya menentukan tTabel. tabel distribusi t dicari pada, $\alpha/2 = 0,05 = 0.025$ dengan derajat bebas N-k-1 yaitu $100 - 1 - 1 = 98$ maka diperoleh tTabel 1.984 karena thitung lebih

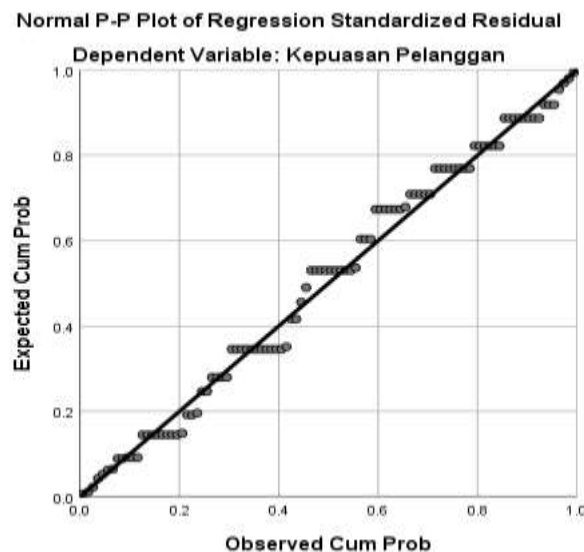
besar dari pada ttabel yaitu $9.560 > 1.984$ dan nilai signifikansi (Sig.) $0.000 < 0.05$, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan customer

6. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai residual yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS. Menurut Ghozali (2016) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (asymtotic significance), yaitu :

- 1) Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

Plot Normalitas

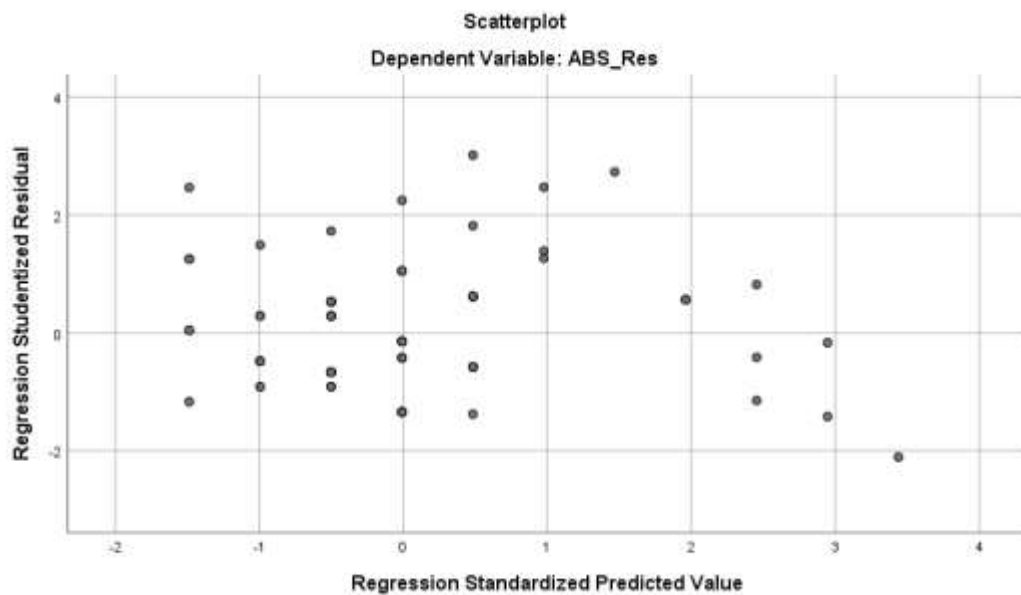


Gambar 1. Uji Normalitas

Berdasarkan plot normalitas diatas dapat diketahui bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

7. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Untuk mengetahui apakah terjadi heteroskedastisitas dengan memakai garfik pada SPSS. Dengan pengambilan keputusan pada gambar grafik, tidak ada heteroskedastisitas jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y. Berikut adalah grafik hasil output SPSS pada penelitian ini:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil *output scatterplot* diatas, maka dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

8. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah metode statistik yang digunakan untuk mendeteksi keberadaan ketergantungan linier yang tinggi antara dua atau lebih variabel independen dalam suatu model regresi. Multikolinieritas dapat terjadi ketika ada korelasi yang kuat antara variabel-variabel independen, yang dapat mengganggu interpretasi dan keandalan hasil regresi.

Jika nilai $VIF < 10.00$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi, sebaliknya Jika nilai $VIF > 10.00$ maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.686	1.284		3.651	.000		
	Kualitas Pelayanan	.718	.075	.695	9.560	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								

Dari output diatas nilai VIF untuk semua variabel kurang dari 10.00 dan nilai tolerance mendekati 1 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

9. Uji Koefisien Kolerasi

Untuk selanjutnya dilakukan analisis inferensial berupa pengujian hubungan antar variabel. Dalam menghitung besarnya hubungan antara variabel peneliti menggunakan SPSS sebagai berikut ini:

Tabel 8. Koefisien korelasi

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.695**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa antara variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan kepuasan customer (Y) terdapat koefisien korelasi (R) sebesar 0.695 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. hal tersebut dapat diartikan bahwa terdapat korelasi positif antara dua variabel dengan tingkat hubungan kuat.

Uji Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel bebas (independent variable) terhadap variabel terkait (dependent variable), biasanya ditanyakan dalam presentase. Koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.695 ^a	.483	.477	1.516
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Dari table output spss diatas Summary Uji Koefisien Determinasi diperoleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0.483 atau $0.483 \times 100 = 48.3\%$ yang memiliki pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 48.3% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap kepuasan customer Generasi Z di Point Coffee Bandar Lampung. Hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 9,560 yang lebih besar dari t-tabel sebesar 1,984 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis penelitian diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan customer. Koefisien korelasi (r) sebesar 0,695 menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan customer tergolong kuat. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,483 atau 48,3% mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap kepuasan customer, sedangkan sisanya 51,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, kualitas produk, promosi, dan faktor pengalaman konsumen.

Model regresi yang diperoleh adalah $Y = 4,686 + 0,718X$, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan customer sebesar 0,718 satuan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan, khususnya pada Generasi Z yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap kecepatan, ketepatan, dan keramahan layanan.

Hasil ini sejalan dengan teori dan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan penting dalam membangun kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml et al., 1996). Generasi Z cenderung lebih sensitif terhadap pengalaman layanan dibandingkan dengan generasi sebelumnya, karena mereka terbiasa dengan layanan cepat, responsif, dan berbasis teknologi. Secara praktis, Point Coffee Bandar Lampung perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan melalui perbaikan aspek-aspek yang memengaruhi persepsi pelanggan, seperti kecepatan layanan, keramahan karyawan, akurasi pesanan, kebersihan outlet, dan kenyamanan fasilitas. Upaya ini penting dilakukan agar dapat menciptakan kepuasan yang berkelanjutan, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan memperkuat daya saing bisnis di tengah kompetisi yang semakin ketat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan customer generasi Z di Point Coffee Bandar Lampung, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan customer, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung sebesar 9.560 yang lebih besar dari t-tabel 1.984 dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Hubungan antara kedua variabel tergolong kuat dengan koefisien korelasi sebesar 0.695. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 48.3% terhadap kepuasan customer sementara 51.7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini model regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan akan berdampak positif pada peningkatan kepuasan customer, dengan persamaan $Y = 4.686 + 0.718X$. Hasil ini mengindikasikan bahwa Point Coffee perlu terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya untuk memaksimalkan kepuasan customer gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrofi, Fida, Ulil Albab, Mawardi Mawardi, and Sri Choiriyati. "Utilization of Digital Marketing by Sharia Economics Students at UIN Raden Intan in Online Business." *ProBusiness: Management Journal* 14, no. 4 (2023).
- Albab, Ulil, and Wulandari Wulandari. "Strategi Pengelolaan Wakaf Produktif Dalam Rangka Pemberdayaan Umat Di Kecamatan Terbanggi Besar." In *Prosiding Seminar Nasional*

- Darmajaya*, vol. 1, pp. 373-383. 2019.
- Albab, Ulil. "EKSPLORASI EKONOMI BERKELANJUTAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM: STUDI KASUS, STRATEGI DIGITAL, KREATIVITAS,
- Aprianti, Putri Yudini, Ulil Albab, Mawardi Mawardi, and Feri Irawan. "PRAKTEK JUAL BELI ARANG DI BANDAR JAYA PERSEPEKTIF EKONOMI
- Aryadita, Bimo Putra, Ruslaini Ruslaini, and Ulil Albab. "ANALISIS HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN DAN PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KSPPS BTM
- Aryadita, Bimo Putra, Ruslaini Ruslaini, and Ulil Albab. "ANALISIS HUBUNGAN TINGKAT PENGETAHUAN DAN PELAYANAN KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN ANGGOTA KSPPS BTM BiMU." *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 3, no. 2 (2020): 31-40.
- Bolton, R. N., & Drew, J. H. (1991). A multistage model of customers' assessments of service quality and value. *Journal of Consumer Research*, 17(4), 375-384.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55-68.
- Fachrul Al Fajar. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Makassar Jeans House di Kota Palu.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidhuddin, D. (2002). Zakat Dalam Perekonomian Modern, Gema Insani, Jakarta. Heilbroner, Robert L, (1982), Tokoh-tokoh Besar Pemikir Ekonomi. UI Press, Jakarta
- Harahap, S. S. (1993). Manajemen masjid : suatu pendekatan teoritis dan organisatoris. *Mu'amalatuna: Jurnal Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 44-55.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Lexy, j. moleong. (2006). Metodologi penelitian kualitatif. Remadja Karya. LITERASI." *Insight Mediatama* (2023).
- Mahendra, Een, Ulil Albab, and Mawardi Mawardi. "Implementation of Murabahah Agreements on Financing Products at BMT Rukun Abadi." *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah* 1, no. 4 (2023): 184-195.
- Mawardi, Albab, U., Nuriah, A., Reka, N., & Refaldi, N. (2023). Pelatihan Wirausaha Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Desa Durian Kecamatan Padang Cermin Kabupaten Pesawaran. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 187–198. <https://doi.org/https://prin.or.id/index.php/nusantara/article/view/1959>
- Naningsih, N., Alam, S., & Daing, A. (2024). Kelas Sosial Dan Pengetahuan Mahasiswa Berpengaruh Terhadap Keputusan Membeli Produk Boikot Pro Israil Melalui Perilaku Konsumen. In *Accounting Profession Journal (Apaji)* (Vol. 6, Issue 2).
- Ningtyas, Dyah Ayu, Ulil Albab, and Nina Ramadhani Wulandari. "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Prkatik Gadaai Emas di Bank Syariah Indonesia Cabang Lampung Tengah." *Al-Mizan: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam* 8, no. 1 (2024): 18-32.
- Nuriah, Azka, Ulil Albab, Nina Ramadhani Wulandari, and LM Ikbali Patoni. "TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PENERAPAN JUAL BELI IKAN SISTEM JIZĀF DI PASAR IKAN GUDANG Padang 2017-2023. *Cendekia: Jurnal Ilmu Sosial, Bahasa Dan Pendidikan*, 4(2), 01–17. <https://doi.org/10.55606/Cendekia.V4i2.2482>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40
- Rafid Sugandi, & Riri Anggraini. (2024a). Gerakan Sosial: Aksi Bela Palestina Boikot Produk Israel Di Kota Padang 2017-2023.
- Rahmani, A. N. (2023). Dampak Perang Israel-Hamas Terhadap Harga Saham Dan Minat Beli Masyarakat
- Risqi, M., Septiaz, F., & Yuliana, N. (2023). Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial Analisis Pengaruh Media Sosial Terhadap Gerakan Boikot Produk Israel Di Indonesia. 2(4), 2023– 2054 Yogyakarta : Dana Bakti Wakaf.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service

- quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). New York: McGraw- Hill.
- Zulfitri, & Halawa, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry di Kota Pekanbaru. *Sains Akuntansi dan Keuangan*, 1(4)