

**ANALISIS HUBUNGAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI WISATA KULINER CHINGU KOREAN
FAN CAFE BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata di Program Studi Industri Pariwisata

Oleh:

Fathiya Mufida

NIM. 2104836

**PROGRAM STUDI INDUSTRI PARIWISATA
KAMPUS DAERAH SUMEDANG
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

LEMBAR HAK CIPTA
ANALISIS HUBUNGAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI WISATA KULINER CHINGU KOREAN
FAN CAFE BANDUNG

Oleh:

Fathiya Mufida

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata di Program Studi Industri Pariwisata

© Fathiya Mufida

Universitas Pendidikan Indonesia

Juni 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

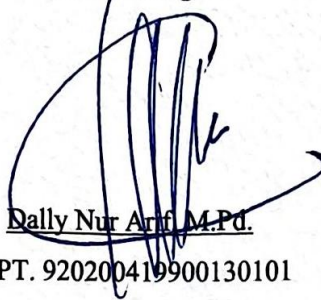
LEMBAR PENGESAHAN

FATHIYA MUFIDA

**ANALISIS HUBUNGAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI WISATA KULINER CHINGU KOREAN
FAN CAFE BANDUNG**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I



Dally Nur Arif, M.Pd.
NIPT. 920200419900130101

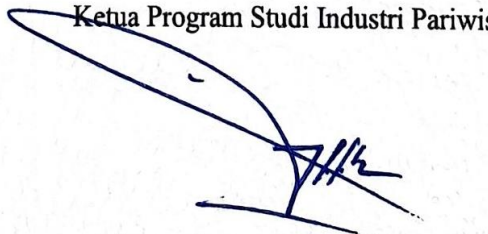
Pembimbing II



Oman Sukirman, S.E., M.M.
NIP. 197602192015041001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Industri Pariwisata



Dr. Irena Novarlia, M.Pd., M.M.
NIP. 198211232006042009

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fathiya Mufida

NIM : 2104836

Program Studi: : Industri Pariwisata

Judul : Analisis Hubungan *Customer Experience* Terhadap
Kepuasan Konsumen di Wisata Kuliner Chingu Korean
Fan Cafe Bandung

Dengan ini. Saya menyatakan bahwa seluruh skripsi ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi skripsi ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain. Kecuali pada bagian yang dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai Peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, 14 Juni 2025

Peneliti,



Fathiya Mufida

NIM. 2104836

ABSTRAK

**ANALISIS HUBUNGAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI WISATA KULINER CHINGU KOREAN
FAN CAFE BANDUNG**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan *customer experience* terhadap kepuasan konsumen di wisata kuliner Chingu Korean Fan Cafe Bandung. *Customer experience* merupakan pendekatan yang berfokus pada penciptaan pengalaman berkesan bagi konsumen melalui berbagai aspek interaksi, mulai dari suasana tempat, pelayanan, hingga nilai emosional. Dalam penelitian ini, *customer experience* dianalisis melalui lima indikator yaitu *sense, feel, think, act*, dan *relate*. Sedangkan kepuasan konsumen dianalisis melalui indikator kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif (korelasional) kepada 393 konsumen Chingu Korean Fan Cafe Bandung sebagai responden penelitian. Data yang didapat kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi sederhana *rank-based*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji korelasi juga menunjukkan hubungan yang kuat antara kedua variabel. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman yang menyenangkan dan bermakna yang dirasakan konsumen di Chingu Korean Fan Cafe Bandung berkontribusi besar dalam membentuk kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pengelola diharapkan dapat terus mengembangkan aspek-aspek *customer experience* sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata kunci: *customer experience*, kepuasan konsumen, Chingu Korean Fan Cafe Bandung

ABSTRACT

**ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN CUSTOMER
EXPERIENCE AND CONSUMER SATISFACTION IN CHINGU
KOREAN FAN CAFE BANDUNG CULINARY TOURISM**

This study aims to analyze the relationship between customer experience and consumer satisfaction at the culinary tourism destination Chingu Korean Fan Cafe Bandung. Customer experience is an approach that focuses on creating memorable experiences for consumers through various aspects of interaction, including ambiance, service, and emotional value. In this study, customer experience is analyzed through five indicators: sense, feel, think, act, and relate. Meanwhile, consumer satisfaction is assessed through indicators such as expectation fulfillment, intention to revisit, and willingness to recommend. This research employs a quantitative associative (correlational) approach, involving 393 consumers of Chingu Korean Fan Cafe Bandung as respondents. The collected data is analyzed using rank-based simple regression analysis. The results show that customer experience has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Correlation testing also indicates a strong relationship between the two variables. The conclusion of this study highlights that pleasant and meaningful experiences felt by consumers at Chingu Korean Fan Cafe Bandung significantly contribute to consumer satisfaction. Therefore, it is recommended that management continue to develop various aspects of customer experience as a strategy to enhance consumer satisfaction.

Keywords: customer experience, consumer satisfaction, Chingu Korean Fan Cafe Bandung

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Uraian Teori	10
2.1.1 <i>Customer Experience</i>	10
2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	15
2.1.3 Wisata Kuliner	17
2.1.4 Chingu Korean Fan Cafe.....	19

2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3	Kerangka Berpikir	24
2.4	Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN		25
3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Populasi dan Sampel	25
3.2.1	Populasi.....	25
3.2.2	Sampel.....	25
3.2.3	Teknik Pengumpulan Sampel	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.2	Instrumen Penelitian.....	28
3.4	Prosedur Analisis Data	31
3.4.1	Deskriptif Variabel.....	31
3.4.2	Regresi <i>Rank -Based</i>	31
3.4.3	Uji Korelasi <i>Spearman Rank</i>	32
3.4.4	Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.4.5	Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
4.1.1	Profil Chingu Korean Fan Cafe Bandung	34
4.1.2	Produk dan Layanan Chingu Korean Fan Cafe Bandung	35
4.1.3	Struktur Organisasi Chingu Korean Fan Cafe Bandung	36
4.2	Karakteristik Responden	36
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	39
4.3	Hasil Analisis Data	40
4.3.1	Hasil Deskriptif Variabel	40
4.3.2	Hasil Analisis Regresi	56
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
4.4.1	Persepsi konsumen terhadap <i>customer experience</i> di wisata kuliner Chingu Korean Fan Cafe Bandung	59
4.4.2	Tingkat kepuasan konsumen di wisata kuliner Chingu Korean Fan Cafe Bandung	60
4.4.3	Hubungan <i>customer experience</i> terhadap kepuasan konsumen di wisata kuliner Chingu Korean Fan Cafe Bandung	61
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		64
5.1	Simpulan.....	64
5.2	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....		66
LAMPIRAN.....		70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung.....	3
Tabel 1.2 Data Kunjungan Konsumen ke Chingu Korean Fan Cafe Bandung.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Skala Likert.....	27
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen.....	28
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 3.4 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	30
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	30
Tabel 3.6 Interpretasi Korelasi <i>Spearman Rank</i>	32
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	39
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden (<i>Sense</i>).....	40
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden (<i>Feel</i>).....	42
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Responden (<i>Think</i>).....	43
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden (<i>Act</i>).....	45
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Responden (<i>Relate</i>).....	47
Tabel 4.11 Hasil Rata-Rata Jawaban Responden Terhadap <i>Customer Experience</i>	48
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Responden (Kesesuaian Harapan)	50
Tabel 4.13 Hasil Jawaban Responden (Minat Berkunjung Kembali).....	52
Tabel 4.14 Hasil Jawaban Responden (Kesediaan Merekomendasikan).....	53

Tabel 4.15 Hasil Rata-Rata Jawaban Responden Terhadap Kepuasan Konsumen	55
Tabel 4.16 Hasil Regresi <i>Rank-Based</i>	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Korelasi <i>Spearman Rank</i>	57
Tabel 4.18 Interpretasi Koefisien Korelasi <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Konsumen	58
Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Suasana Chingu Korean Fan Cafe Bandung	6
Gambar 1.2 <i>Review</i> Konsumen Chingu Korean Fan Cafe Bandung	7
Gambar 2.1 Logo Chingu Korean Fan Cafe Bandung.....	21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Lokasi Chingu Korean Fan Cafe Bandung	34
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Chingu Korean Fan Cafe Bandung	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Penelitian	70
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	71
Lampiran 3 SK Uji Etik	72
Lampiran 4 Kuesioner.....	73
Lampiran 5 Dokumentasi.....	75
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas	76
Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas	77
Lampiran 8 Hasil Regresi <i>Rank-Based</i>	77
Lampiran 9 Hasil Korelasi <i>Spearman Rank</i>	77
Lampiran 10 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	77
Lampiran 11 Monitoring	78

DAFTAR PUSTAKA

- Ailudin, M., & Sari, D. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Pelanggan One Eighty Coffee Bandung). *Academia*, 6(1).
- Ansofino. (2012). Potensi Daya Tarik Obyek Pariwisata Dalam Pembangunan Ekonomi Sumatera Barat. *Jurnal Program studi Pendidikan Ekonomi STIKIP PGRI*.
- Antari, N. H., & Pratiwi, K. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Ulang. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 2(4).
- Arif, F., & Saputri, M. E. (2018). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Pada Dunkin' Donuts Indonesia. *ALMANA: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2).
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ayu, S., Imam, S., & Edy, Y. (2014). Pengaruh Customer Experience Terhadap repurchase Intention. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Cooper, D., & Emory, W. (1995). *Metode Penelitian Bisnis Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2025). Data Kunjungan Wisatawan ke Kota Bandung.
- Erwan, A. P., & Dyah, R. S. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta: Gaya media.
- Fakhrurroja, H. (2012). *Analisis Penelitian: Statistik Deskriptif dan Inferensial*. Piksi Ganesa.
- Fatimah, F., & Tyas, W. M. (2025). Pengaruh Customer Experience dan Switching Barriers Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Melalui Kepuasan Konsumen Pada UMKM Ritel. *RELASI: Jurnal Ekonomi*, 21(1).
- Garvin, D. A. (1987). Competing on The Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*, 65(6), 101-109.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Google Review. (2025). Review Konsumen Chingu Korean Fan Cafe.
- Handayani, F., & Budiarta, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Customer

- Experience Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Barak Kota Subulussalam. *Jurnal Riset dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*, 8(2).
- Indra, F. (2019). Potensi Wisata Kuliner Kota Serang Banten (Studi Kasus pada Sate Bandeng Ibu Aliyah).
- Indriati, A., & Fitriana, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan RM. Sate Klathak. *Jurnal MENATA*, 1(1).
- Izogo, E. (2018). Examining Customers' Experience With the Nigerian Bank Verification Number (BVN) Policy From The Perspective of A Dual-Lens Theory. *International Journal of Emerging*, 709-730.
- Izza, V. N., Dalimunthe, A. A., & Daulay, A. N. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan di Dapoer Numa. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 19(1).
- Jaeckel, A. (1972). Estimating regression coefficients by minimizing the dispersion of the residuals. *The Annals of Mathematical Statistics Journal*.
- Kartajaya, H. (2007). *Hermawan Kartajaya on Marketing*. Bandung: Mizan Media Utama.
- Kloke, J. D., & McKean, J. W. (2012). Rfit: Rank-based Estimation for Linear Models. *The R Journal*, 4(2).
- Kotler, P. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kristiana, Y., Suryadi, M., & Sunarya, S. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner untuk Pengembangan Pariwisata di Kota Tangerang.
- Kuncoro, M. (2019). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Edisi ke 3*. Jakarta: Erlangga.
- Kuspriyono, T., & Nurelasari, E. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Customer Bonding dan Purchase Decision. *Journal Management*.
- Liansari, G., Novirani, D., & Subagja, R. (2016). *Rancangan Blueprint Alat Cetak Kue Balok yang Ergonomis dengan Metode Ergonomic Function Deployment (EFD)*.
- Lubis, M. I., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). mengenai Pengaruh Harga, Pelayanan dan Customer experience Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(2).
- Maharani, D. A., Hidayat, W., & Wijayanto, A. (2023). Pengaruh Customer Experience dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada

- Pelanggan Mitra Swalayan Kota Tegal). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2).
- Masduki, A. (2012). Traditional Food in Regency of Ciamis.
- Mustofani, D. (2022). *Modul Ajar Statistika*. Kediri: IIK Press.
- Nariani, N. (2013). Pemasaran Makanan Lokal Sebagai Produk Daya Tarik Wisata Kuliner di Kawasan Tanah Lot.
- Nawang Sari, S. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Harga, Customer Experience, Promosi Media Sosial dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Bekasi Barat. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(10).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2008). SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pramudita, Y., & Japarianto, E. (2013). Analisa Pengaruh Customer Value dan Customer Experience terhadap Customer Satisfaction di De Kasteel Resto Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Pranoto, G. (2015). Analisa Customer Experience Terhadap Customer Loyalti Melalui Customer Satisfaction Pada Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Prayogi, D. (2017). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal.
- Putri, A. W., & Rochdianingrum, W. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk, dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan AADK Coffee & Ea. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Rahayu, M. (2014). Survei Hilton Worldwide, Menyingkap Budaya Wisata Kuliner di Asia Pasifik. *SWA*.
- Rahmawati, D. A., & Nirawati, L. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Customer Experience dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen pada Produk Cimory Yogurt. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, 6(5).
- Riduwan. (2011). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Rizkiawan, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Rumah Sakit Amal Sehat Wonogiri.
- Rofiah, R. A., Asiyah, S., & Primanto, A. B. (2024). Pengaruh Customer Experience, Brand Ambassador dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Chill Coffee Gubuklakah). *Jurnal Riset Manajemen*, 13(01).
- Rosyidah, S. H., & Murtiyanto, R. K. (2024). Pengaruh Brand Image dan Customer

- Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Batik Tiepoeik Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 10(1).
- Safira, A., Asiyah, S., & Slamet, A. R. (2023). Pengaruh Customer Experience, Kepercayaan dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan Resto Hodai All You Can Eat. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2).
- Sasmitha, N. V., Junaedi, I. R., & Mertayasa, I. A. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen di Bhineka Muda Merdeka Denpasar. *Jurnal CEMERLANG*, 2(3).
- Schmitt, B. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Your Customer to Sense, Feel, Think, Act and Relate to Your Company*. New York: The Free Press.
- Septian, B. P., & Handaruwati, I. (2021). Pengaruh Customer Experience Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kuliner Lokal Soto Mbok Geger Pedan Klaten. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen*, 3(2).
- Simajuntak, D., & Purba, P. (2020). Peran Mediasi Customer Satisfaction dalam Customer Experience dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.
- Soekadijo, R. (1997). *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Sujianto, A. (2009). *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: PT. Prestasi Pustaka.
- Sunyoto, S. (2011). *Analisis Regresi untuk Uji Hipotesis*. Yogyakarta.
- Suryadana, L., & Octavia, V. (2009). *Pengantar Pemasaran Pariwisata*. Bandung.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vivie, S., Hatane, S., & Dhia, S. (2013). Pengaruh Customer Experience Quality Terhadap Customer Satisfaction & Customer Loyalty di Kafe Excelso Tunjangan Plaza Surabaya: Perspektif B2C. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*.
- Yoeti, O. A. (1991). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: ANGKASA.
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2013). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.