

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Pariwisata*



Oleh:
Kiki Nurjanah
2109416

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

LEMBAR HAK CIPTA

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)**

Oleh

Kiki Nurjanah

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pariwisata di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Kiki Nurjanah
Universitas Pendidikan Indonesia
2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang di fotokopi, dan cara lainnya tanpa izin peneliti

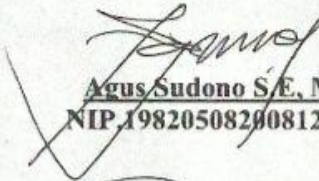
LEMBAR PENGESAHAN

Kiki Nurjanah

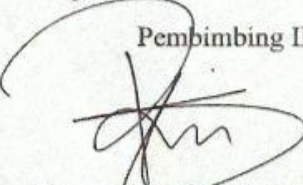
**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing

Pembimbing I


Agus Sudono S.E., MM
NIP.198205082008121002

Pembimbing II


Purna Hindayani, A.PL., M.T.
NIP.929299419890212202

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering


Dr. Woro Priatinni, S.Pd., M.Si
NIP.19710309.202021.2.001

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kiki Nurjanah
NIM : 2109416
Program Studi : Manajemen Industri Katering
Judul Karya : Pengaruh *Service quality* terhadap *Customer Loyalty*
dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi
(Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)

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

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

Bandung, 1 Juli 2025



Kiki Nurjanah

PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan Rahmat dan karunia-Nya kepada Penulis. Dengan limpahan Rahmat dan karunia tersebut, Penulis diberi kesehatan, keselamatan, serta kelancaran dalam melakukan penyusunan laporan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Service quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel mediasi (Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)”. Sholawat dan salam selalu dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Maksud dari penelitian laporan skripsi ini adalah sebagai pemenuhan persyaratan kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata (S.Par). Penulis sadar akan sepenuhnya bahwasanya laporan skripsi ini masih memiliki beragam kelemahan serta jauh dari kesempurnaan. Maka, Penulis sangat menghendaki adanya kritik beserta saran yang sifatnya membangun untuk membantu Penulis memperbaiki dan meningkatkan kualitasnya di masa mendatang. Penulis berharap agar laporan skripsi ini mampu diterima dengan baik oleh Bapak dan Ibu dosen.

Di penghujung kata, Penulis ingin mengucapkan terima kasih sekaligus memohon maaf yang sebesar-besarnya atas setiap kekurangan yang terdapat dalam laporan skripsi ini. Semoga laporan skripsi ini mampu memberikan manfaat bagi beragam pihak.

Bandung, 1 Juli 2025



Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Penyusunan skripsi ini terselesaikan dengan baik berkat bimbingan, motivasi, dukungan, semangat, dan doa dari berbagai pihak yang tiada hentinya kepada penulis. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT., yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran pada proses penyusunan skripsi ini. Memberikan kemampuan, rezeki, serta kekuatan yang berlimpah sehingga penulis tidak mudah menyerah serta merasa sendirian.
2. Almarhumah Ibu dan Mama yang sangat penulis rindukan, terima kasih atas segala kehangatan, kasih sayang, dan doa yang telah tercurah sepanjang hidup penulis. Rasa rindu ini tak pernah terbendung, dan kenangan yang akan selalu hidup di setiap langkah penulis.
3. Ayahanda tercinta, terima kasih atas segala doa dan dukungan yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang menjadi sumber kekuatan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Didi Sukyadi, M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.H., S.I.P., S.A.P., S.pd., M.Si., M.H., CPW., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
6. Dr. Woro Priatini, S.Pd, M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering.
7. Agus Sudono, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing pertama serta Purna Hindayani, S.PL., M.T selaku dosen pembimbing kedua yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, nasihat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh dosen pengajar di Program Studi Manajemen Industri Katering yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat kepada penulis selama masa studi.

9. Kepada Shifa & Zenith, sahabatku tercinta, kehadiran kalian sangat berarti dan menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup ini. Terima kasih telah bersedia direpotkan, menemani setiap lelah selama penulis mengerjakan skripsi. Di saat dunia terasa berat, kalian hadir sebagai pelipur dan penguat.
10. Kepada rekan-rekan sepermagangan yang penulis cintai, Salma, Deti, Manur, dan Dinda, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, tawa, rasa hangat, dan semangat yang telah kalian bagikan selama masa magang yang penuh cerita. Kehadiran kalian menjadikan setiap momen sederhana terasa istimewa dan meninggalkan kenangan yang tak tergantikan. Persahabatan kalian merupakan anugerah yang mewarnai akhir masa perkuliahan penulis dengan kebahagiaan dan makna yang mendalam.
11. Kepada sahabat-sahabat terbaik selama masa perkuliahan, Bila, Nahwa, Bitu, Fadia, dan Andin, terima kasih atas kebersamaan yang penuh warna, rasa hangat dan cerita. Terima kasih atas dukungan yang telah diberikan serta atas segala hal yang telah dibagikan sepanjang perjalanan ini. Kenangan di kosan Andin akan selalu menjadi bagian yang tak terlupakan dari masa perkuliahan penulis
12. Kepada Kakang yang telah mengajarkan banyak hal positif serta selalu memberikan doa dan dukungan yang berlimpah kepada penulis.
13. Kepada adik saya, Rico, terima kasih atas dukungan, dan semangat yang selalu diberikan. Terima kasih telah menjadi penyemangat dalam perjalanan ini.
14. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Terima kasih telah bertahan dan tetap kuat dalam menghadapi berbagai rintangan selama proses ini. Terima kasih atas segala perjuangan, pengorbanan waktu, tenaga, dan pikiran, serta atas keteguhan untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan setiap tahap yang dilalui.

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN *CUSTOMER SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)**

Kiki Nurjanah

2109416

ABSTRAK

Latar belakang: Industri makanan dan minuman di Kota Bandung mengalami pertumbuhan signifikan dengan peningkatan jumlah bisnis sebesar 57,2% pada tahun 2023. Salah satu faktor pendorongnya adalah meningkatnya popularitas budaya kopi di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *service quality* terhadap *customer satisfaction* serta dampaknya terhadap *customer loyalty* pada The Deli Bakes Eyckman. **Metode:** Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner daring kepada 162 responden, dan data dianalisis menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* melalui aplikasi SmartPLS 4. **Hasil:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Selain itu, *customer satisfaction* terbukti memengaruhi *customer loyalty* secara positif, baik sebagai variabel langsung maupun sebagai variabel mediasi. **Simpulan:** Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas layanan sebagai strategi utama untuk menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam bisnis kuliner.

Kata Kunci: *Customer loyalty*, *Customer satisfaction*, The Deli Bakes Eyckman, *Service quality*

***The Effect of Service Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction
as a Mediating Variable
(Case Study at The Deli Bakes Eyckman)***

Kiki Nurjanah

2109416

ABSTRACT

The food and beverage industry in Bandung showed significant growth, with a 57.2% increase in the number of businesses in 2023 compared to the previous year. One of the main drivers of this development was the rising popularity of coffee culture, especially among young generations. This study aimed to examine the effect of service quality on customer satisfaction and its impact on customer loyalty at The Deli Bakes Eyckman. A quantitative approach was used by distributing an online questionnaire to 162 respondents, and the data were analyzed using Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results showed that service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction had a positive effect on customer loyalty, both directly and indirectly, as a mediating variable. These findings confirmed the importance of improving service quality as a strategic priority to maintain customer satisfaction and loyalty in the culinary business.

Keywords: Customer loyalty, Customer satisfaction, The Deli Bakes Eyckman, Service quality

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
PRAKATA	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teoritis	12
2.1.1 Pariwisata	12
2.1.2 Restoran.....	12
2.1.3 Manajemen Pemasaran.....	13
2.1.4 <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas pelanggan).....	14
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	16
2.1.6 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22

2.3 Kerangka Penelitian	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Operasional Variabel	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Populasi dan Sampel.....	36
3.5.1 Populasi	36
3.5.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	36
3.6 Instrumen Penelitian	37
3.6.1 Kuesioner.....	37
3.6.2 Skala Pengukuran	37
3.7 Uji Instrumen	38
3.7.1 Uji Validitas Instrumen	38
3.7.2 Uji Reabilitas Instrumen.....	40
3.8 Analisis Deskriptif.....	41
3.9 Analisis Verifikatif	41
3.9.1. Analisis Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	42
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	43
3.9.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	43
3.9.4 Uji Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
4.2 Karakteristik Responden	49
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Asal	51
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2.5 Karakteristik Responden Menurut Pendapatan Per Bulan	52
4.3 Analisis Deskriptif.....	53
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Service Quality</i>	53
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Customer Loyalty</i>	55
4.3.3 Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	57
4.4 Analisis Verifikatif Variabel Penelitian	59
4.4.1 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
4.4.2 Hasil Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	64
4.4.3 Analisis jalur.....	68
4.4.4 Hasil Pengujian Hipotesis	71
4.5 Pembahasan penelitian	73
4.5.1 Pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Customer satisfaction</i>	73
4.5.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> kepada <i>Customer Loyalty</i>	74
4.5.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> kepada <i>Customer Loyalty</i>	75
4.5.4 Mediasi <i>Customer satisfaction</i> pada pengaruh <i>Service quality</i> terhadap <i>Customer loyalty</i>	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Simpulan.....	78
5.2 Saran	79
DAFTAR PUSTAKA.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	221
Tabel 3.1 Operasional Penelitian	28
Tabel 3.2 Skala Semantik.....	33
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian	34
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen penelitian	36
Tabel 4.1 Skor Rata-rata, Simpangan baku dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Variabel <i>Service Quality</i> (n=162).....	49
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Service Quality</i> (n=162).....	49
Tabel 4.3 Perhitungan Skor Minimum, Maksimum dan Skor Total Keseluruhan Berdasarkan Dimensi.....	50
Tabel 4.4 Skor Rata-rata, Simpangan baku dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Variabel <i>Customer Loyalty</i> (n=162).....	51
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Loyalty</i> (n=162).....	51
Tabel 4.6 Perhitungan Skor Minimum, Maksimum dan Skor Total Keseluruhan Berdasarkan Dimensi.....	51
Tabel 4.7 Skor Rata-rata, Simpangan baku dan Interval Estimasi Skor Rata-rata Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (n=162)	52
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> (n=162).....	53
Tabel 4.8 Perhitungan Skor Minimum, Maksimum dan Skor Total Keseluruhan Berdasarkan Dimensi.....	53
Tabel 4.9 Nilai <i>Loading Factor</i>	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	56
Tabel 4.11 Nilai <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4.12 <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	58
Tabel 4.13 Nilai <i>Cronbachs's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	59
Tabel 4.14 Nilai R-Square (R ²)	60
Tabel 4.15 Nilai Collinearity Statistics (VIF)	61
Tabel 4.16 Nilai Koefisien Effect Size F ²	61
Tabel 4.17 Nilai Uji Langsung.....	63
Tabel 4.18 Nilai Uji Pengaruh Tidak Langsung	64
Tabel 4.19 Nilai Uji Pengaruh Total	65
Tabel 4.20 Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Persaingan Usaha Indonesia (2018-2023)	1
Gambar 1.2 Usaha dengan Jumlah Industri Mikro-Kecil Terbanyak di Indonesia..	2
Gambar 1.3 Jumlah Usaha F&B di Kota Bandung	3
Gambar 1.4 Data Kunjungan Tahunan.....	5
Gambar 1.5 Keluhan pada Direct Message The Deli Bakes	7
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	24
Gambar 4.1 Logo The Deli Bakes.....	42
Gambar 4.2 Menu The Deli Bakes Eyckman.....	43
Gambar 4.3 Cake The Deli Bakes Eyckman.....	43
Gambar 4.4 The Deli Bakes Eyckman indoor	44
Gambar 4.5 The Deli Bakes Eyckman Outdoor.....	44
Gambar 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Gambar 4.7 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	46
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Asal.....	47
Gambar 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Gambar 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	48
Gambar 4.11 Uji Loading factor	56
Gambar 4.12 Uji Hipotesis.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Surat Keputusan Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi	87
Lampiran 1. 2 Lembar Bimbingan Pembimbing 1.....	90
Lampiran 1. 3 Lembar Bimbingan Pembimbing II.....	92
Lampiran 1. 4 Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 1. 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	99
Lampiran 1. 6 Tabulasi Data Pengujian Instrumen.....	101
Lampiran 1. 7 Data Identitas Responden	103
Lampiran 1. 8 Tanggapan Responden.....	109
Lampiran 1. 9 Analisis Verifikatif	117
Lampiran 1. 10 Pengujian Hipotesis	121
Lampiran 1. 11 Dokumentasi Kegiatan Penelitian	122
Lampiran 1. 12 Riwayat Hidup.....	123

DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, L., Darmawan, H., Riyanti, A., Tinggi, S., Pariwisata, I. E., & Bandung, P. (2020). Pengelolaan Desa Wisata Di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 5(3), 2020.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96–107.
- Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Budianto, A. (2019). Customer Loyalty: Quality of Service. *Journal of Management Review*, 3(1), 299. <https://doi.org/10.25157/jmr.v3i1.1808>
- Dhisasmito, P. P., & Kumar, S. (2020). Understanding customer loyalty in the coffee shop industry (A survey in Jakarta, Indonesia). *British Food Journal*, 122(7), 2253–2271. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2019-0763>
- Fernandes, A., Suryahudaya, edbert gani, Vermonte, P. j, Krisetya, B., Hendytio, medelina k, Perkasa, vidyandika djati, & Okthariza, N. (2020). *Panduan Pelaksanaan Penelitian, dengan Tema Sensitif*. 1–23.
- Gopi, B., & Samat, N. (2020). The influence of food trucks' service quality on customer satisfaction and its impact toward customer loyalty. *British Food Journal*, 122(10), 3213–3226. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2020-0110>
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (Issue October 2023). https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Harahap, Z., Leonandri, D., & Julvitra, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di 71st Omakase Restoran, Cikajang Jakarta. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 8(2), 120–131. <https://doi.org/10.36983/japm.v8i2.93>
- Huang, Y., & Kim, D. (2023). How Does Service Quality Improve Consumer Loyalty in Sports Fitness Centers? The Moderating Role of Sport Involvement. *Sustainability (Switzerland)*, 15(17). <https://doi.org/10.3390/su151712840>
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press.

- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., Maulana, A., Safitri, K., Fahlevi, M., Sulistyo, A. B., & Purwanto, A. (2022). The role of customer e-trust, customer e-service quality and customer e-satisfaction on customer e-loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(2), 477–486. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.12.006>
- Kayumov, A., Ahn, Y. joo, Kiatkawsin, K., Sutherland, I., & Zielinski, S. (2024). Service quality and customer loyalty in halal ethnic restaurants amid the COVID-19 pandemic: a study of halal Uzbekistan restaurants in South Korea. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2301814>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P & Armstrong, G. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo
- Khoerul Imam, F., Purwanti, N. L., Maya Sari, N., & Permadi, C. (2024). Analisis Minat Beli Konsumen Coffee Shop Di Bandung. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen (Eko-Bisma)*, 3(1), 253–262. <https://doi.org/10.58268/eb.v3i1.86>
- Laras Gemi Nestiti, Yusmar Yusuf, & Resdati. (2022). Budaya Konsumsi Kopi Sebagai Gaya Hidup the Leisure Class Pada Generasi Z Di Coffee Shop Ugoku.Co Dan Titik Kumpul Coffee Brewers Kecamatan Sekupang Kota Batam. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(10), 2599–2608. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i10.2591>
- Lee, R. S., & Lee, S. Y. (2023). Analysis of Relationship between Service Quality of Food and Beverage and Customer Behaviors for Sustainable Golf Course Management. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151411207>
- Mittal, V., Han, K., Frennea, C., Blut, M., Shaik, M., Bosukonda, N., & Sridhar, S. (2023). Customer satisfaction, loyalty behaviors, and firm financial performance: what 40 years of research tells us. *Marketing Letters*, 34(2), 171–187. <https://doi.org/10.1007/s11002-023-09671-w>
- Muhammad, R., Hamid, M. A., Suryani, R., & Lasmiatun. (2023). Pengaruh Customer Relationship Marketing terhadap Loyalitas dengan Kepuasan sebagai Moderasi. *Edunomika*, 07(02), 1–8.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*, 7(2), 201–

212. <https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>

- Nurachman, M. H. (2021). Pencapaian Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi di Kota Bandung. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 165–177. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO>
- Oliver, R. L. (1980). This article investigates the continued usage of mobile telecommunication services (voice services and short messaging services (SMS)) among users from low socio-economic groups in Asia, and also examines the moderating effects of demographic variables ag. *Journal of Marketing Research*, 17(9), 460.
- Parasuraman, A., Zaithaml, V. A., & L., A. B. L. (2008). SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Jurnal Of Retailing*, 64(January), 12–35.
- Putra, R. A., & Handayani, P. W. (2021). *Peran Atmosfer Café terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Generasi Milenial*. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*.
- Pradini, G., & Ananda, A. (2022). Peran food & beverage service dalam memberikan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di mcdonald's jatipadang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 263–277. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/1131>
- Pramezwary, A., Juliana, J., & Hubner, I. B. (2021). Penelitian Desain Perencanaan Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Dan Belanja Kota Bandung. *Universitas Pelita Harapan*, 8(1), 10–21.
- Rachmad, Y. E., Rijal, S., Niswaty, R., & Akib, H. (2021). *Pengantar Pariwisata*.
- Sasono, I., Jubaedi, A. D., Novitasari, D., Wiyono, N., Riyanto, R., Oktabrianto, O., Jainuri, J., & Waruwu, H. (2021). The Impact of E-Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty: Empirical Evidence from Internet Banking Users in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 465–473. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0465>
- September, M. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hokben Malioboro Di Daerah Istimewa Yogyakarta (Studi Kasus Mahasiswa Feb Universitas Ahmad Dahlan)*. 12(1), 1–11.
- Slack, N. J., & Singh, G. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction : Supermarkets in Fiji. *TQM Journal*, 32(3), 543–558. <https://doi.org/10.1108/TQM-07-2019-0187>
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality
- Kiki Nurjanah, 2025
PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Kasus The Deli Bakes Eyckman)
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Setiawan, H., & Sayuti, A. J. (2017). *Effect of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty*. Journal of Business and Management.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit. Alfabeta, Bandung.
- Supriyanto dan Maharani. (2013). Metode Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia, Malang: UIN-Maliki Press
- Surahman, I. G. N., Yasa, P. N. S., & Wahyuni, N. M. (2020). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 7(1), 46–52. <https://doi.org/10.22225/jj.7.1.1626.46-52>
- Syufrian, B., Ningsih, K. A., Flora S, D. E., & Putri, A. R. (2022). Analisis Pengaruh Coffee Shop Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Structural Equation Model Analysis of the Effect of Coffee Shop on Customer Satisfaction by Using the Structural Equation Model. *Integrasi Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 7(1). <http://jurnal.um-palembang.ac.id/index.php/integrasi>
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. March, 5–6.
- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Torrão, J., & Teixeira, S. (2023). The Antecedents of Customer Satisfaction in the Portuguese Telecommunications Sector. *Sustainability (Switzerland)*, 15(3), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su15032778>
- Uddin, M. B. (2019). Customer loyalty in the fast food restaurants of Bangladesh. *British Food Journal*, 121(11), 2791–2808. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2019-0140>
- Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). Services Marketing People, Technology, Strategy, Ninth Edition. In *Services Marketing: People, Technology, Strategy, Ninth Edition* (Issue November 2021). <https://doi.org/10.1142/y0024>
- Zhong, Y., & Moon, H. (2010). Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Faktor Situasional dWhat Drives Customer Satisfaction, Loyalty, and Happiness in Fast-Food Restaurants in China? Perceived Price, Service Quality, Food Quality, Physical Environment Quality, and the Moderating Rol. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 8(2), 480–492.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1996). *The Behavioral Consequences of Service Quality*. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.