



Daya Tarik dan Kualitas Pelayanan sebagai Determinan Minat Berkunjung Pelanggan di Sektor Usaha Kafe

Attractiveness and Service Quality as Determinants of Customer Visiting Interest in the Cafe Business Sector

Adi Ihsan Syukri Amri¹, Novita Sari², Hamdiah^{3*}, Aulia Beatrice Brilliant⁴, Alvin Favian⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah variabel daya tarik dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun secara simultan mempunyai pengaruh atau tidak terhadap variabel minat berkunjung ke TEAnol Café Jelutung. Objek penelitian ini adalah masyarakat yang berkunjung ke TEAnol Café Jelutung dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden dengan menggunakan rumus cochrane. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebar secara acak kepada konsumen yang pernah berbelanja di online shop melalui Google Forms. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi, uji asumsi klasik, uji-F dan Uji-t. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa baik secara simultan maupun secara parsial variabel daya tarik dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap variabel minat berkunjung.

Kata Kunci: Daya Tarik Tempat, Kualitas Pelayanan, Minat Berkunjung

Abstract

This study aims to analyze whether the variables of attractiveness and service quality, both partially and simultaneously, have a significant influence on the interest in visiting TEAnol Café Jelutung. The subjects of this research are individuals who have visited TEAnol Café Jelutung, with a sample size of 96 respondents determined using Cochran's formula. Data were collected through questionnaires distributed randomly via Google Forms to consumers who had previously made purchases from the café's online shop. The data analysis methods employed in this study include multiple regression analysis, the coefficient of determination, classical assumption tests, the F-test, and the t-test. The results indicate that both attractiveness and service quality significantly influence the interest in visiting, whether examined individually or simultaneously.

Keywords: Attraction of the Place, Quality of Service, Interest in Visiting

Histori Artikel:

Diterima 16 Mei 2025, Direvisi 16 Juni 2025, Disetujui 22 Mei 2025, Dipublikasi 24 Juni 2025.

***Penulis Korespondensi:**

hamdiah@unja.ac.id

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.680>

PENDAHULUAN

Menurut *Longman Dictionary of English Language and Culture*, kafe adalah restoran kecil yang melayani dan menjual makanan ringan dan minuman, dan kafe biasanya digunakan untuk orang-orang yang akan bersantai (Interiordesign.id, 2022). Kafe pada umumnya merupakan suatu usaha dibidang makanan dan minuman yang dikelola secara praktis dengan menawarkan tingkat pelayanan bagi para konsumen secara menyeluruh dan ramah (Prasetyo & Santoso, 2023). Di Jambi, industri kafe telah mengalami perkembangan yang sangat cepat dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini didorong oleh perubahan perilaku dan gaya hidup masyarakat, terutama di kalangan generasi milenial dan generasi Z. Bagi mereka, kafe bukan lagi sekadar tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga menjadi ruang multifungsi untuk berkumpul, bekerja, belajar, bersosialisasi hingga berfoto untuk keperluan media sosial. Kafe telah menjadi simbol gaya hidup modern yang menawarkan kenyamanan dan suasana yang berbeda dari rumah atau kantor.

Usaha kuliner, khususnya kafe, mengalami perkembangan pesat di berbagai kota Indonesia, termasuk di Kota Jambi. Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha memiliki strategi yang tepat untuk menarik minat konsumen. Daya Tarik dan kualitas pelayanan merupakan dua factor utama yang diyakini dapat mempengaruhi Keputusan konsumen untuk berkunjung (Kotler & Keller, 2016a). Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan dan minat konsumen, seperti studi (Arifin, 2020) pada kafe di Jakarta, serta (Handayani, 2021) pada Restoran di Bandung. Namun demikian, Sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada wilayah perkotaan besar atau destinasi wisata utama, sedangkan penelitian yang mengkaji pengaruh daya tarik dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen di kafe pada wilayah Jambi masih sangat terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang menguji kedua variable secara bersamaan dalam konteks kafe lokal yang sedang berkembang di daerah. Kondisi ini menunjukkan adanya celah penelitian yang penting untuk di isi, agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumen di wilayah dengan karakteristik pasar yang berbeda.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan Gambaran empiris mengenai peran daya tarik dan kualitas pelayanan dalam membangun minat konsumen untuk berkunjung ke TEAnol kafe Jelutung. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan praktis bagi pelaku usaha kuliner di Jambi dalam Menyusun strategi bisnis yang efektif, serta memberikan kontribusi pada pengembangan literatur tentang perilaku konsumen di sektor kuliner daerah.

Salah satu kafe yang menonjol dalam menarik perhatian pengunjung adalah TEAnol kafe yang berlokasi di Jelutung, Jambi. TEAnol merupakan salah satu tempat nongkrong yang terbesar di kota Jambi (Lihatjambi.com, 2023) dengan konsep modern dan nyaman. Kafe ini dikenal sebagai salah satu yang terbesar di Jambi dan menjadi tempat favorit bagi berbagai kalangan untuk bersantai, berkumpul atau bekerja. TEAnol Cafe Jelutung memiliki daya tarik yang kuat dalam menarik minat masyarakat untuk berkunjung. Daya tarik adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh pedagang/penjual dengan tujuan menarik konsumen yang datang, dan membeli produknya (Darojat, 2021), sedangkan minat berkunjung adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik dikunjungi (Maulana & Kamila, 2022).

Daya tarik TEAnol Cafe Jelutung memiliki pengaruh besar terhadap minat berkunjung masyarakat, terutama di kalangan anak muda dan pecinta kafe di Jambi. Beberapa faktor utama yang meningkatkan daya tarik kafe ini adalah desain interiornya yang modern dan nyaman, suasana yang cozy dengan pencahayaan hangat, serta area tribun yang unik, memberikan pengalaman berbeda bagi pengunjung. Selain itu, adanya *live music* sebagai hiburan tambahan menciptakan atmosfer yang lebih hidup dan menyenangkan, sehingga menarik pelanggan yang ingin bersantai sambil menikmati musik. Inovasi dalam sistem pemesanan menggunakan QR

Menu juga memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memesan makanan dan minuman, meningkatkan efisiensi layanan. Tidak hanya itu, TEAnol Café menyediakan panggung live untuk acara nonton bareng pertandingan Timnas Indonesia melawan Timnas Cina (Lihatjambi.com, 2024), sehingga kafe ini tidak hanya menjadi tempat nongkrong biasa tetapi juga pusat hiburan yang menghadirkan pengalaman sosial yang menyenangkan.

Selain daya tarik, TEAnol Cafe Jelutung juga memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pengunjung. Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan/konsumen (Tjiptono, 2019). Sedangkan menurut Hidayat & Sulistyani (2022) kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan atau konsumen, jadi perusahaan harus memperhatikan dengan serius kualitas pelayanan dengan meningkatkan segala aspek yang bisa menunjang kualitas pelayanan pada konsumen. Kualitas pelayanan yang baik sangatlah penting dalam mempertahankan kepuasan masyarakat, karena bentuk pelayanan yang berkualitas dapat menarik perhatian dari masyarakat. Pelayanan yang dikelola dengan baik akan dapat memenuhi harapan masyarakat (Riyadin, 2019).

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan TEAnol Cafe Jelutung memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung. Sikap ramah yang ditunjukkan melalui senyuman, sapaan hangat, dan komunikasi yang sopan dapat menciptakan suasana yang nyaman dan membuat pelanggan merasa dihargai. Responsivitas karyawan dalam melayani pesanan, menjawab pertanyaan, serta menangani keluhan dengan cepat dan tepat juga berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sementara itu, profesionalisme terlihat dari cara karyawan bekerja dengan efisien, memiliki pengetahuan mendalam tentang menu, serta menjaga kebersihan dan kerapian lingkungan kafe. Sebaliknya, pelayanan yang lambat, tidak ramah, atau kurang responsif dan kurang profesionalitas dapat menurunkan minat pengunjung dan bahkan menyebabkan mereka beralih ke kafe lain.

Dengan perpaduan daya tarik kafe yang unik dan kualitas pelayanan yang terbaik, masyarakat akan semakin tertarik untuk berkunjung, menikmati suasana yang nyaman, serta mendapatkan pengalaman yang berkesan, sehingga kafe dapat terus berkembang dan menjadi destinasi favorit bagi banyak orang.

Daya tarik adalah segala sesuatu yang mampu menarik perhatian, memikat, dan membangkitkan minat seseorang terhadap suatu objek, tempat, atau konsep tertentu. Daya tarik bisa bersifat fisik, emosional, estetika, atau fungsional, tergantung pada konteks penggunaannya. Daya tarik berperan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan seseorang untuk memilih suatu produk, layanan, atau destinasi. (Kotler & Keller, 2016b) menjelaskan bahwa daya tarik harus mampu menciptakan nilai tambah dan pengalaman yang berkesan agar dapat menarik serta mempertahankan pelanggan atau pengunjung.

Daya tarik timbul biasanya karena rasa senang, partisipasi, pengalaman, dan kebiasaan (Rahmawati & Anggraeni, 2024). Daya tarik adalah suatu aspek atau karakteristik yang membuat sesuatu menjadi menarik dan diminati oleh orang lain. Daya tarik adalah kecenderungan jiwa seseorang terhadap sesuatu dan biasanya diikuti dengan rasa senang (Rahmawati & Anggraeni, 2024). Daya tarik dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti keindahan visual, fasilitas, nilai fungsional, kenyamanan, atau pengalaman unik yang ditawarkan. Daya tarik mempunyai peranan penting dalam menciptakan kesan pertama yang positif serta membentuk persepsi pengunjung terhadap tempat tersebut. Semakin kuat daya tarik yang ditampilkan, maka semakin besar kemungkinan tempat itu akan diminati oleh masyarakat dan dikunjungi secara berkelanjutan.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Almary &

Sugiyono, 2017). Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan (Indrasari, 2019). Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional dapat menciptakan kesan positif yang membuat pengunjung merasa dihargai dan nyaman.

Pelayanan dapat dikatakan berkualitas apabila mampu memenuhi kebutuhan dan harapan masyarakat. Kualitas pelayanan menjadi indikator penting dalam menentukan kepuasan pelanggan. Jika suatu pelayanan tidak mampu memberikan kepuasan, maka hal tersebut menunjukkan adanya ketidakefisienan dan rendahnya mutu pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, penyedia layanan harus senantiasa berfokus pada peningkatan kualitas demi menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Majid et al., (2021) menjelaskan kepuasan masyarakat merupakan tolok ukur utama dalam menilai kualitas suatu pelayanan. Ketika masyarakat merasa puas, maka pelayanan tersebut telah dianggap efektif dan berkualitas.

Menjaga kualitas pelayanan tidak hanya berdampak pada loyalitas pelanggan, tetapi juga mendorong mereka untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain, yang pada akhirnya meningkatkan jumlah pengunjung dan memperkuat citra positif sebuah bisnis. Terdapat lima dimensi utama dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Tjiptono, 2019). Kelima dimensi ini harus dipenuhi secara konsisten agar pelayanan dapat dinilai prima dan memberikan kesan mendalam kepada pelanggan. Implementasi dari kelima dimensi tersebut menciptakan standar pelayanan yang tinggi dan menjadi acuan dalam pengembangan sistem layanan yang berkelanjutan.

Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan dari seorang konsumen (pengunjung) potensial yang ingin mengunjungi ke suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi (Erida et al., 2024). Minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pengalaman dalam berwisata (Kotler & Keller, 2016b). Annafik dan Rahardjo dalam (Lestyaningsih & Pramudyo, 2023) menyatakan bahwa minat beli/minat berkunjung adalah tahapan dimana seseorang membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek dan yang akhirnya akan melakukan pembelian suatu barang ataupun jasa dengan didasari oleh beberapa pertimbangan.

Minat masyarakat berkunjung dapat meningkat jika tempat tersebut menawarkan pengalaman yang menarik, suasana yang nyaman, pelayanan yang baik, serta strategi pemasaran yang efektif. Ketika masyarakat memiliki pengalaman positif, mereka tidak hanya akan kembali berkunjung, tetapi juga akan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, sehingga meningkatkan jumlah pengunjung secara berkelanjutan. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka rumusan pada penelitian yang diambil adalah apakah daya tarik dan kualitas pelayanan baik secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berkunjung ke TEAnol Café Jelutung, Jambi.

METODE

Objek dalam penelitian ini adalah Daya Tarik (X^1) dan Kualitas Pelayanan (X^2) sebagai variabel bebas serta Minat Berkunjung (Y) sebagai variabel terikat. Subjek dari penelitian ini adalah masyarakat yang pernah atau sering berkunjung ke TEAnol Café Jelutung Jambi.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung yang pernah berkunjung ke TEAnol Café Jelutung, di mana jumlah populasinya tidak

diketahui. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2023). Karena jumlah populasi tidak diketahui maka jumlah sampel dicari dengan rumus *Cochran* (Sugiyono, 2023). Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 96 responden. Untuk lebih memberikan arahan atau lebih memfokuskan pemilihan sampai yang dapat mewakili jumlah populasi, maka digunakan teknik pengambilan sampel dengan *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2023). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang pernah atau sering berkunjung ke TEAnol Café Jelutung.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data skunder. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran angket atau kuesioner. Kuesioner adalah teknik penelitian yang menggunakan daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Kuesioner akan diberikan secara langsung kepada responden yang datang ke TEAnol Café Jelutung, serta menyebarkan link *Google Form* kuesioner melalui WhatsApp. Sedangkan untuk data sekunder, diperoleh melalui buku, situs web, dan jurnal yang relevan dengan variabel-variabel penelitian.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah berupa regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji-F dan uji-t, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi) dengan menggunakan aplikasi SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel residual atau variabel pengganggu dalam model regresi berdistribusi secara normal (sumber) . Uji ini penting karena asumsi normalitas ini penting untuk validitas hasil uji statistik, terutama jika jumlah sampel kecil. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS. Jika nilai signifikansi (Sig) > 0,05, maka data pada variabel independen dan dependen dianggap berdistribusi normal.

Sebaliknya, jika nilai signifikansi (sig) < 0,05, maka data pada variabel independen dan dependen tidak mengikuti distribusi normal (Sujarweni, 2024). Untuk mengetahui apakah data dari variabel independen serta variabel dependen berdistribusikan normal dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Daya Tarik	Kualitas Pelayanan	Minat Berkunjung
N		96	96	96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	28.59	29.45	29.32

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Daya Tarik	Kualitas Pelayanan	Minat Berkunjung
	Std. Deviation	6.370	6.043	5.941
Most Extreme Differences	Absolute	.087	.085	.080
	Positive	.077	.060	.049
	Negative	-.087	-.085	-.080
Test Statistic		.087	.085	.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c	.084 ^c	.150 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

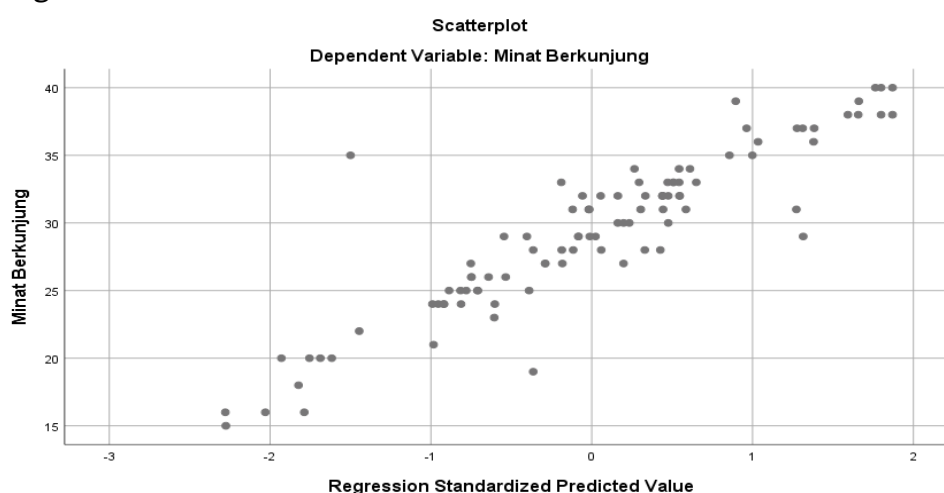
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data dikatakan terdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Berdasarkan Tabel 1, diperoleh hasil uji normalitas untuk masing-masing variabel sebagai berikut: variabel daya tarik memiliki nilai signifikansi sebesar 0,068, variabel kualitas pelayanan sebesar 0,084, dan variabel minat berkunjung sebesar 0,150. Karena ketiga nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data pada variabel daya tarik, kualitas pelayanan, dan minat berkunjung terdistribusi secara normal.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghozali, 2021). Salah satu cara untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas adalah melalui analisis pola pada grafik *Scatterplot*. Model regresi dikatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol, tidak hanya mengumpul pada salah satu sisi (atas atau bawah), tidak membentuk pola tertentu seperti gelombang yang melebar lalu menyempit, serta tidak menunjukkan pola yang konsisten (Sujarweni, 2024). Berdasarkan kriteria tersebut, hasil pengolahan data menggunakan program SPSS dapat dilihat pada gambar di bawah sebagai acuan untuk menentukan ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan.



Gambar 1. Pola Gambar Scatterplot

Melihat hasil pengolahan melalui program SPSS terlihat bahwa gambar diagram distribusi skor diatas tidak menunjukkan adanya pola tertentu, artinya model yang akan digunakan akan

lolos dari hipotesis lama yang khas heterogenitas dan layak digunakan penelitian (tidak terjadi heteroskedastisitas).

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan mengetahui apakah pada model regresi memiliki keterkaitan antar variabel bebasnya (Ghozali, 2021). Untuk mengetahui terjadi atau tidak terjadinya multikolinieritas antar variabel independen dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Influence Factor*). Jika nilai *tolerance* >0,10 dan VIF <10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil perhitungannya dengan menggunakan program SPSS dan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Nomor	Variabel Independent	Variabel Dependent	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	Daya Tarik	Minat Berkunjung	.584	1.713
2	Kualitas Pelayanan		.584	1.713

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dan VIF pada kedua variabel independen, yaitu *Daya Tarik* dan *Kualitas Pelayanan*, memiliki angka yang sama persis, yaitu *tolerance* sebesar 0,584 dan VIF sebesar 1,713. Jika variabel independen (X) yang digunakan dalam analisis regresi hanya terdapat dua jenis, maka otomatis hasil dari *tolerance* dan VIF akan bernilai sama karena keduanya bernilai sama (Codingstudio.id, 2024).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2021). Untuk mendeteksi autokorelasi dapat dilihat dari nilai *Durbin Watson* dengan menggunakan program SPSS. Nilai *Durbin Watson* dibandingkan dengan tabel *Durbin Watson* (dL dan dU). Dengan kriteria jika $dU < d_{hitung} < 4-dU$ maka tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.910 ^a	.828	.824	2.493	1.761

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Daya Tarik

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* dalam penelitian ini adalah 1,761. Nilai *Durbin Watson* dapat dilihat dari tabel *Durbin Watson* (k, n) jadi (2,96) dimana k = jumlah variabel independen dan n = jumlah responden sehingga k = 2 dan n = 96, sehingga dapat diperoleh nilai dL = 1.625 dan nilai dU = 1.710, dengan kriteria $dU < d_{hitung} < 4-dU$, maka nilai autokorelasinya $1,710 < 1,761 < 2,290$ sehingga bisa dikatakan bahwa penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Analisis Data

Hasil Analisis Regresi Berganda

regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ghozali, 2021). Regresi berganda memungkinkan untuk memperkirakan nilai variabel dependen berdasarkan kombinasi dari variabel independen, serta membantu mengidentifikasi seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis regresi linier berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menjelaskan besaran pengaruh dari variabel daya tarik (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap variabel terikat, yaitu minat berkunjung (Y). Adapun persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = minat berkunjung.

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi *content marketing*

β_2 = koefisien regresi kualitas produk

X_1 = *content marketing*

X_2 = kualitas produk

Hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini selengkapnya dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

Tabel 4. Hasil Olah Data Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	1.739	1.350		1.289	.201
Daya Tarik	.192	.053	.206	3.656	.000
Kualitas Pelayanan	.750	.055	.763	13.541	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,739 + 0,192X_1 + 0,750X_2$$

Persamaan regresi yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai konstanta (α) sebesar 1,739 memiliki arti bahwa apabila variabel daya tarik (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) tidak diperhitungkan atau bernilai nol, maka minat berkunjung yang terbentuk tetap berada pada angka 1,739. Selanjutnya, koefisien regresi pada variabel daya tarik (X_1) sebesar 0,192 yang berarah positif mengindikasikan bahwa setiap peningkatan daya tarik sebesar 1 poin, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan tetap, akan meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,192 poin. Sedangkan koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,750 juga berarah positif, yang berarti bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan sebesar 1 poin, dengan asumsi daya tarik tetap, akan meningkatkan minat berkunjung sebesar 0,750 poin. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas, yaitu daya tarik dan kualitas pelayanan, berpengaruh positif terhadap minat berkunjung, di mana kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan daya tarik.

Hasil Uji-t

Uji t adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat) secara individu dalam analisis regresi (Ghozali, 2021). Uji-t digunakan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu daya tarik (X1) dan kualitas pelayanan (X2), terhadap variabel dependen minat berkunjung (Y) secara parsial. Jika nilai signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini, pengujian uji-t dilakukan dengan bantuan program SPSS sebagai alat analisis statistik. Uji-t digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial dan menilai kekuatan hubungan masing-masing variabel bebas terhadap minat berkunjung. Hasil pengolahan data yang diperoleh melalui SPSS akan memberikan gambaran yang jelas mengenai seberapa besar kontribusi masing-masing variabel dalam mempengaruhi minat berkunjung.

Tabel hasil uji-t disajikan untuk memperlihatkan nilai t-hitung, signifikansi, serta interpretasi atas pengaruh dari masing-masing variabel. Hasil pengujian uji-t dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji-t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	1.739	1.350		1.289	.201
Daya Tarik	.192	.053	.206	3.656	.000
Kualitas Pelayanan	.750	.055	.763	13.541	.000

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 6, dapat diketahui bahwa variabel daya tarik dan kualitas pelayanan masing-masing memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$) (Sujarweni, 2024), sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat berkunjung. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi daya tarik yang dimiliki oleh suatu tempat, serta semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin besar pula minat masyarakat untuk datang dan menikmati layanan tersebut. Temuan ini mendukung pentingnya strategi peningkatan kualitas baik dari segi fasilitas fisik maupun interaksi pelayanan dalam menarik minat pengunjung secara berkelanjutan.

Hasil Uji-F

Uji F adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji secara simultan (bersama-sama) apakah variabel independen (bebas) secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (terikat) dalam suatu model regresi (Ghozali, 2021). Uji-F digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara bersama-sama variabel daya tarik (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara signifikan terhadap variabel minat berkunjung (Y). Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel bebas (X) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y). Sedangkan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel bebas (X) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y). Perhitungan statistik dalam uji F (uji secara simultan) dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS. Hasil pengujian uji-F dapat dilihat pada tabel dibawah berikut:

Tabel 6. Hasil Uji-F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2774.868	2	1387.434	223.191	.000 ^b
Residual	578.121	93	6.216		
Total	3352.990	95			

a. Dependent Variable: Minat Berkunjung

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Daya Tarik

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Pada tabel 7 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05 (nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$). Karena nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$) (Ghozali, 2021), maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel daya tarik dan variabel kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang cukup signifikan terhadap minat berkunjung (Romantika et al., 2024).

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa baik model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2021). Koefesien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan variable independen dalam menerangkan variabel dependen, dimana nilai R Square yang mendekati satu maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil koefesien determinasi pada variabel independent terhadap variabel dependen dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Olah Data Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.828	.824	2.493

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Daya Tarik

b. Dependent Variable: Minat Berkunjung

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 8 diatas, dapat dilihat bahwa nilai $R = 0,910$ artinya terdapat hubungan positif dan kuat antara kualitas pelayanan jasa dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen dan mempunyai korelasi sebesar 91%, sisanya sebesar 9% dipengaruhi oleh faktor lain. Kemudian, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,828 hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni daya tarik (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 82,8% terhadap variabel keputusan berkunjung (Y). Sisanya sebesar 17,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Daya Tarik terhadap Minat Berkunjung

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS menunjukan bahwa variabel daya tarik mempunyai pengaruh terhadap minat seseorang untuk berkunjung ke TEAnol Café Jelutung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t untuk variabel daya tarik dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel daya tarik secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel minat berkunjung. Hasil penelitian ini sejalan dan diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktavianus & Sofiani (2023) dan

Romantika et al (2024) menyatakan bahwa daya tarik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Daya tarik adalah segala sesuatu yang mampu menarik perhatian, memikat, dan membangkitkan minat seseorang terhadap suatu objek, tempat, atau konsep tertentu. Daya tarik berfungsi sebagai faktor utama yang membentuk persepsi dan minat masyarakat untuk datang dan menikmati pengalaman yang ditawarkan. TEAnol Café Jelutung memiliki daya tarik yang kuat dalam menarik minat masyarakat untuk berkunjung dengan menghadirkan konsep kafe yang modern dan nyaman. Salah satu keunggulannya adalah desain interior yang estetik dan Instagramable, menciptakan suasana yang hangat serta cocok untuk bersantai atau berkumpul bersama teman dan keluarga. Selain itu, kafe ini juga menawarkan pengalaman hiburan menarik melalui *live music* dan event nonton bareng, terutama bagi pecinta sepak bola yang menambah kenyamanan dan keseruan bagi pengunjung.

Dengan berbagai daya tarik yang ditawarkan, TEAnol Café Jelutung mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pengunjung, sehingga secara langsung mempengaruhi minat masyarakat untuk berkunjung.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap minat seseorang untuk berkunjung ke TEAnol Café Jelutung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji-t untuk variabel kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel minat berkunjung. Hasil penelitian ini sejalan dan diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat et al., (2021) dan Uhai et al., (2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam mempengaruhi minat berkunjung ke TEAnol Café Jelutung. Pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional dari karyawan menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung, sehingga mereka merasa nyaman dan dihargai selama berada di kafe. Kecepatan dalam menyajikan pesanan, kesigapan dalam menangani permintaan pelanggan, serta sikap sopan dan bersahabat dari staf menjadi faktor utama yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung untuk kembali berkunjung dan bahkan merekomendasikan TEAnol Café Jelutung kepada orang lain. Dengan demikian, kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan dan popularitas kafe di tengah persaingan industri kuliner.

Jika kualitas pelayanan di TEAnol Cafe Jelutung buruk, hal ini dapat berdampak negatif pada minat masyarakat untuk berkunjung. Pelayanan yang lambat, sikap karyawan yang kurang ramah, atau kurangnya respons terhadap kebutuhan pelanggan dapat menimbulkan ketidakpuasan dan pengalaman yang tidak menyenangkan. Akibatnya, pelanggan tidak hanya enggan untuk kembali, tetapi juga bisa memberikan ulasan negatif, baik dari mulut ke mulut maupun melalui media sosial, yang dapat mempengaruhi citra kafe secara keseluruhan. Oleh karena itu, menjaga kualitas pelayanan yang baik menjadi faktor penting agar TEAnol Cafe Jelutung tetap menarik bagi pelanggan dan mampu bersaing di industri kuliner yang kompetitif.

Pengaruh Daya Tarik dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS menunjukkan bahwa variabel daya tarik dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat seseorang berkunjung ke TEAnol Café Jelutung. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji-F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel

daya tarik dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel minat berkunjung. Hasil penelitian ini sejalan dan diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Romantika et al., (2024) yang menyatakan bahwa daya tarik dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Daya tarik dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung ke TEAnol Cafe Jelutung karena keduanya saling melengkapi dalam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan. Daya tarik seperti desain interior yang estetik, suasana nyaman, event menarik seperti *live music* dan nonton bareng memberikan alasan utama bagi pelanggan untuk tertarik datang. Penggunaan QR Menu juga merupakan salah satu inovasi yang dapat meningkatkan daya tarik sekaligus kualitas pelayanan di TEAnol Cafe Jelutung. Dengan adanya QR Menu, pelanggan dapat dengan mudah mengakses daftar menu secara digital hanya dengan memindai kode QR menggunakan *smartphone* mereka. Hal ini tidak hanya memberikan pengalaman yang lebih modern dan praktis, tetapi juga mempercepat proses pemesanan, mengurangi antrean, serta meminimalkan kesalahan dalam pencatatan pesanan.

Sementara itu, kualitas pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional memastikan bahwa pengalaman mereka tetap menyenangkan selama berada di kafe, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali. Jika sebuah kafe hanya mengandalkan daya tarik tanpa didukung oleh pelayanan yang baik, pengunjung mungkin tertarik untuk datang sekali, tetapi tidak akan kembali jika mereka mengalami pengalaman yang buruk. Sebaliknya, meskipun pelayanan sangat baik, tetapi jika daya tariknya kurang menarik atau suasana tidak nyaman, pelanggan mungkin tidak memiliki motivasi untuk memilih kafe tersebut dibandingkan dengan tempat lain yang lebih menarik.

Dengan demikian, kombinasi daya tarik dan kualitas pelayanan yang optimal dapat menciptakan kepuasan pelanggan, meningkatkan loyalitas, serta menarik lebih banyak pengunjung. Hal ini juga berdampak pada peningkatan reputasi TEAnol Café Jelutung, baik melalui rekomendasi langsung dari pelanggan maupun promosi di media sosial. Oleh karena itu, daya tarik dan kualitas pelayanan perlu dikelola secara simultan agar dapat secara efektif mempengaruhi minat berkunjung dan memperkuat daya saing kafe di industri kuliner.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa daya tarik dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berkunjung ke TEAnol Café Jelutung, baik secara parsial maupun simultan. Daya tarik yang ditawarkan melalui desain interior yang estetik, suasana yang nyaman, serta penyelenggaraan event hiburan seperti *live music* dan nonton bareng mampu menciptakan kesan menyenangkan yang mendorong pengunjung untuk datang kembali. Pengalaman visual dan atmosfer yang menyenangkan menjadi salah satu alasan utama pengunjung memilih TEAnol Café sebagai tempat bersantai dan berkumpul. Di sisi lain, kualitas pelayanan yang mencakup keramahan, responsivitas, profesionalitas, serta kecepatan layanan menjadi elemen penting dalam membangun kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik membuat pengunjung merasa dihargai, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas dan minat berkunjung. Kombinasi antara daya tarik fisik dan kualitas pelayanan menciptakan pengalaman pelanggan yang utuh dan positif, menjadikan TEAnol Café Jelutung sebagai pilihan favorit masyarakat. Dengan demikian, upaya untuk terus meningkatkan kedua aspek tersebut sangat penting dalam strategi pengelolaan kafe untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung di masa mendatang.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya memfokuskan pada dua variabel bebas, yaitu daya tarik dan kualitas pelayanan, dalam mempengaruhi minat berkunjung. Sementara itu, terdapat variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi minat berkunjung konsumen seperti harga, promosi, citra merek, dan

kenyamanan, namun tidak dianalisis dalam penelitian ini. Kedua, penelitian dilakukan dalam kurun waktu tertentu yang relatif singkat, sehingga hasilnya hanya merepresentasikan kondisi TEAnol Café pada saat itu. Perubahan strategi manajemen atau kondisi eksternal (misalnya tren konsumsi, musim liburan, dan situasi ekonomi) setelah periode penelitian dapat mempengaruhi minat berkunjung konsumen secara dinamis. Ketiga, penelitian ini hanya dilakukan di TEAnol Café yang berlokasi di Jelutung, Jambi. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum tentu dapat digeneralisasikan ke kafe lain di wilayah Jambi atau daerah lain dengan karakteristik konsumen dan lingkungan yang berbeda.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, pertama penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan yang juga berpengaruh terhadap minat berkunjung, seperti harga, citra merek, promosi, kenyamanan, atau fasilitas pendukung. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih kafe. Kedua, Penelitian lanjutan sebaiknya dilakukan pada beberapa kafe lain di wilayah Jambi atau di kota lain untuk mengetahui apakah hasil yang diperoleh konsisten di berbagai lokasi. Hal ini akan membantu memperkuat validitas eksternal penelitian dan meningkatkan generalisasi hasil. Ketiga, disarankan agar instrumen kuesioner yang digunakan diperbarui atau diperluas dengan indikator-indikator yang lebih spesifik dan relevan dengan perkembangan tren konsumen masa kini, seperti digitalisasi layanan, penggunaan teknologi, atau keberlanjutan (*eco-friendly café*).

DAFTAR PUSTAKA

- Almary, M. S., & Sugiyono. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Buku Gramedia Surabaya. *JIRM Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(2), 1–16. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/287>
- Arifin, B. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Minat Konsumen pada Kafe di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(1), 45–55.
- Codingstudio.id. (2024, February 4). Uji Multikolinearitas SPSS dan Cara Bacanya. <https://Codingstudio.id/Blog/Uji-Multikolinearitas-Spss-Dan-Cara-Bacanya>.
- Darojat, I. (2021). Analisis Pengaruh Daya Tarik Wisata Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Pengunjung Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Citra Raya Water World). *Dynamic Management Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.31000/dmj.v5i1.4101>
- Erida, E., Amri, A. I. S., & Tan, M. I. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Menarik Minat Berkunjung Ke Agrowisata Nanas Di Desa Tangkit Baru, Kecamatan Sungai Gelam Dengan Produk Kreatif Olahan Nanas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(3), 793–805. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jmk.v13i03.33358>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. In Semarang, Universitas Diponegoro.
- Handayani, S. (2021). Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen di Restoran Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 15(2), 112–123.
- Hidayat, S., Suwena, I. K., & Dewi, N. G. A. S. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Domestik Ke Museum Surabaya. *Jurnal IPTA*, 9(1). <https://doi.org/10.24843/ipta.2021.v09.i01.p05>
- Hidayat, W., & Sulistyani, L. (2022). Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Perusahaan Jasa Konstruksi CV Muna Sariy Jaya. *Excellent*, 9(1). <https://doi.org/10.36587/exc.v9i1.1233>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

- Interiordesign.id. (2022, November 24). *Café, Coffee Shop: Sejarah, Fungsi, Cara Penyajian, Konsep, Contoh Menu*. <https://Interiordesign.Id/Cafe-Coffee-Shop-Sejarah-Fungsi-Cara-Penyajian-Konsep-Contoh-Menu/>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016a). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Marketing Mangement*. In *Pearson Edition Limited*.
- Lestyaningsih, D., & Pramudyo, A. (2023). Pengaruh Fasilitas Dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Masyarakat Pada Objek Wisata Laguna Depok Bantul Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(2). <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i2.171>
- Lihatjambi.com. (2023, November 24). Sudah Dibuka, TEAnol Cafe Jelutung Tempat Tongkrongan Terbesar Anak Muda Jambi dengan Harga Terjangkau. Lihatjambi.Com.
- Lihatjambi.com. (2024). Suasana Meriah di Teanol Cafe: Warga Jambi Bersatu Bersama Dr. Maulana-Diza Menyemarakkan Nobar Indonesia vs China . Lihatjambi.Com.
- Majid, A., Fazal V, A., Oktavianti, A. E., Rista, M. A., Santika, D., Ummah, F., Fitriana, L., & Ummah, A. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Rocket Chicken Cabang Lamongan). *Journal of Economics, Management, and Business Research*, 2(1), 214–226. <https://jurnal.umla.ac.id/index.php/JEMBER/article/view/278>.
- Maulana, I., & Kamila, A. R. (2022). Pengaruh Self-Concept Dan Lifestyle Terhadap Minat Berkunjung Pada Destinasi Wisata Di Kabupaten Purwakarta. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(02). <https://doi.org/10.34308/eqien.v11i02.985>
- Oktavianus, R., & Sofiani, S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Dan Fasilitas Terhadap Minat Berkunjung Di Danau Situ Cipondoh. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4). <https://doi.org/10.55681/jige.v4i4.1294>
- Prasetyo, A. I., & Santoso, B. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Kala Seduh. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Rahmawati, S., & Anggraeni, P. D. (2024). Analisis Daya Tarik dan Kepuasan Pelanggan pada Kafe Kopi Chuseyo. *Journal of Hospitality & Tourism*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.30591/jht.v3i1.7233>
- Riyadin. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat Keluarga Berencana di Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur (Studi Kasus Pada Desa Pekalongan). *Jurnal Simplex*, 02(01), 41–50.
- Romantika, M. A., Fadhli, K., & Maksum, Moh. J. S. (2024). Pengaruh Pelayanan dan Daya Tarik Terhadap Minat Berkunjung ke Objek Wisata Religi di Kabupaten Jombang . *EBISMEN, Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 325–336. <https://doi.org/https://doi.org/10.58192/ebismen.v3i1.1949>
- Sugiyono. (2023). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2024). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Uhai, S., Sukmana, E., Iswandari, R. K., Indriani, N., Sudarmayasa, I. W., & Febriyanty, C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Kawa Coffee Point Tenggaraong Terhadap Minat Pelanggan Untuk Berkunjung. *Sebatik*, 26(1). <https://doi.org/10.46984/sebatik.v26i1.1876>