

**ANALISIS INOVASI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA *WAKEUP COFFEE* KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH :

ACHMAD SHIDIQ

(19.1.02.02.0276)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Oleh :

ACHMAD SHIDIQ

NPM : 19.1.02.02.0276

Judul :

**ANALISIS INOVASI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA WAKEUP COFFEE KEDIRI**

Telah Diseminarkan dan Disetujui untuk Dilanjutkan Guna Penulisan Skripsi

Prodi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 05 Juli, 2023

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dian Kusmaningtyas, M.M

NIDN.0703108302



M. Zuhdi Sasongko, M.MT.

NIDN.0709097606

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

ACHMAD SHIDIQ

NPM : 19.1.02.02.0276

Judul:

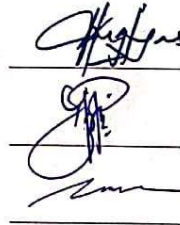
**ANALISIS INOVASI DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA WAKEUP COFFEE KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada Tanggal: 14 Juli 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Panitia penguji:

1. Ketua : Dian Kusmaningtyas, M.M.
2. Penguji I : Itot Bian Raharjo, S.Pd., M.M.
3. Penguji II : M.Zuhdi Sasongko, M.MT.



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. SUBAGYO
NIDN. 0717066601

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : ACHMAD SHIDIQ

Jenis Kelamin : Laki - Laki

Tempat/Tgl. Lahir : Nganjuk, 18 Oktober 1999

NPM : 19.1.02.02.0276

Fak/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/S1 (Manajemen)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan si suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 25 Juli, 2023

Yang menyatakan,



ACHMAD SHIDIQ

NPM. 19.1.02.02.0276

MOTTO

“Kalau mendung hitam sudah diatas kepala jangan larang hujan turun ke bumi
kalau angin bertiup dengan kencangnya jangan larang daun-daun kering
berguguran, kalau senyumu selalu mekar dalam hatiku jangan larang aku tetap
setia dan rindu padamu : KH. Zawawi imron”

PERSEMBAHAN

Dengan segenap keikhlasan dan ketulusan hati, tugas akhir skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang luar biasa;
2. Kedua orang tua, Alm. H. Ilyas Sayuti dan Hj. Sumiati yang selalu senantiasa memberikan doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini;
3. Kepada kakak-kakak ku yang bersedia membiayai kuliah dan memberikan motivasi untuk menjadi orang yang sukses dan berakhlak mulia;
4. Kepada teman-teman angkatan 2019 yang telah menemani selama hampir empat tahun dan senantiasa memberikan motivasi untuk menjadi lebih baik;
5. Kepada Rina Dian Martha sebagai partner spesial saya, terima kasih telah menjadi sosok pendamping dalam segala hal, menemani meluangkan waktunya, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan dan memberi semangat untuk terus maju dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

ABSTRAK

Achmad Shidiq : Analisis Inovasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen *WakeUp Coffee* Mojoroto Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata Kunci: Inovasi, Harga, dan Kepuasan Konsumen

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin meningkat dengan sangat pesat. Salah satunya di bidang usaha bisnis kuliner. Persaingan adalah satu hal yang tidak dapat lepas dari kehidupan bisnis. Saat ini persaingan bisnis sudah semakin ketat dan keras, begitu juga yang terjadi di Indonesia, persaingan bisnis di Indonesia sudah menciptakan banyak perubahan bagi para pelaku bisnis. Banyak hal yang mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa diantaranya adalah target pencapaian, inovasi- inovasi di dalam hidup manusia, tingkat kreatifitas manusia yang terus berkembang, tuntutan hidup yang terus meningkat, dan gaya hidup manusia yang terus berubah disetiap masanya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis (1) Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *WakeUp Coffee* Kediri. (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *WakeUp Coffee* Kediri. (3) Inovasi dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *WakeUp Coffee* Kediri. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *wakeup coffe*. Responden dalam penelitian ini sebanyak 40orang dengan menggunakan metode total sampling. Dan dianalisis dengan Regresi linier Berganda dengan bantuan aplikasi SPSS Versi 29. Simpulan dari penelitian ini Inovasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *WakeUp Coffee* Kediri. (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *WakeUp Coffee* Kediri. (3) Inovasi dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *WakeUp Coffee* Kediri.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Affandi, M.Pd., selaku Rektor UNP Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Subagyo, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Dian Kusumaningtyas, M.M. selaku dosen pembimbing 1 yang telah tulus membimbing dan mengarahkan
5. Bapak Muhammad Zuhdi Sasongko, M.MT. selaku dosen pembimbing yang dengan tulus membimbing dan mengarahkan.
6. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri,

ACHMAD SHIDIQ
NPM: 19.1.02.02.0276

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO dan PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
1. Secara Teoritis	8
2. Secara Praktis.....	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Teori.....	9
1. Kepuasan Konsumen	9
2. Inovasi.....	14
3. Harga.....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	21
C. Kerangka Konseptual	22
D. Kerangka Berfikir	23
E. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Variabel Penelitian	27
1. Identifikasi Variabel Penelitian	27
2. Definisi Operasional Variabel.....	28

B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	29
1. Pendekatan Penelitian	29
2. Teknik Penelitian	29
C. Tempat dan Waktu Penelitian	30
D. Populasi dan Sampel.....	30
E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	31
1. Instrumen Penelitian	31
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	33
F. Sumber dan Teknik Penelitian.....	36
G. Teknik Analisis Data	36
1. Analisis Kuantitatif.....	37
2. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	38
3. Uji Koefisien Determinasi	39
4. Uji Hipotesis	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subyek Penelitian	41
1. Sejarah Perusahaan	41
2. Struktur Organisasi	42
B. Gambaran Umum Responden.....	42
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	44
C. Deskripsi Data Variabel.....	44
1. Deskripsi Data Variabel Inovasi (X1).....	44
2. Deskripsi Data Variabel Harga (X2).....	46
3. Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	47
D. Analisis data	49
1. Uji Asumsi Klasik.....	49
2. Analisis Regresi Linier Berganda	52
3. Koefisien Determinasi	54
E. Pengujian Hipotesis	54
1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	54

2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	56
F. Pembahasan	56
1. Pengaruh Inovasi terhadap Kepuasan Konsumen.....	56
2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.....	57
3. Pengaruh Inovasi dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen	58
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	
A. Simpulan.....	59
B. Implikasi	59
C. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
3.1 Definisi Operasional Variabel	22
3.3 Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian	24
3.4 Penelitian Skala Linkert.....	25
3.5 Hasil Uji Validitas	26
3.6 Hasil Uji Reliabilitas	28
4.1 Jenis Kelamin Responden.....	34
4.2 Kategori Usia Responden	35
4.3 Kategori Usia Responden	35
4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Rekrutmen	36
4.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Seleksi	38
4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen....	39
4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	42
4.9 Hasil Regresi Linier Berganda	44
4.10 Koefisien Determinasi	45
4.11 Hasil Uji t (parsial)	46
4.12 Hasil Uji F (Simultan)	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka konseptual	17
4.1 Struktur Organisasi	33
4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram.....	41
4.3 Uji Normalitas Grafik normal probability plot.....	42
4.4 Grafik Scaterplots	43

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin meningkat dengan sangat pesat. Salah satunya di bidang usaha bisnis kuliner. Persaingan adalah satu hal yang tidak dapat lepas dari kehidupan bisnis. Saat ini persaingan bisnis sudah semakin ketat dan keras, begitu juga yang terjadi di Indonesia, persaingan bisnis di Indonesia sudah menciptakan banyak perubahan bagi para pelaku bisnis. Banyak hal yang mempengaruhi terjadinya persaingan, beberapa diantaranya adalah target pencapaian, inovasi- inovasi di dalam hidup manusia, tingkat kreatifitas manusia yang terus berkembang, tuntutan hidup yang terus meningkat, dan gaya hidup manusia yang terus berubah disetiap masanya.

Sehingga persaingan saat ini, mengharuskan para pelaku bisnis untuk memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen lebih cenderung dalam memperhatikan nilai – nilai kepuasan yang dirasakannya Pamungkas (2019). Sebagai konsekuensinya setiap usaha kuliner yang menyediakan produk juga perlu memperhatikan inovasi dan harga yang diberikan kepada konsumen sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan hal terpenting yang digunakan untuk menarik konsumen di masa sekarang ini. Dimana untuk menarik konsumen diperlukan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat menimbulkan kepuasan dari konsumen. Secara umum, pelayanan dapat diartikan melakukan pembuatan yang hasilnya ditujukan untuk keinginan orang lain, baik perorangan, maupun kelompok

atau masyarakat. Permintaan dan kebutuhan pelanggann harus dilayani dengan sebaik mungkin agar dapat mendapat rasa kepuasan bagi para konsumen. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat dimana kedua belah pihak merasa senang atau tidak ada yang dirugikan satu sama lain. kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggannya tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan factor kunci konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.



Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan sangat puas Kotler (2017). Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, serta janji dan informasi dari pemasar. Kepuasan merupakan sesuatu hal yang diperhatikan oleh produsen, pada dasarnya tujuan dari bisnis adalah untuk menciptakan pada konsumen yang merasa puas. Terciptanya

kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya hubungan antara perusahaan dan konsumennya menjadi erat.

Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen yakni dengan adanya inovasi baru yang diberikan oleh *WakeUp coffe*. Inovasi merupakan merupakan sebuah ide, praktik, atau objek yang dipahamisebagai sesuatu yang baru oleh masing – masing individu atau unit pengguna lainnya. Proses kepuasan inovasi pada prinsipnya merupakan kegiatan pencarian dan pemrosesan informasi dimana individu termotivasi untuk mengurangi ketidakpastian tentang keuntungan dan kekurangan inovasi. Inovasi adalah transformasi pengetahuan kepada produk, proses dan jasa baru, tindakan dengan sesuatu yang baru hal ini sejalan dengan Hutagalung dan Hermawan (2018) menyatakan bahwa inovasi dalam konsep yang luas sebenarnya tidak hanya terbatas pada produk. Inovasi dapat berupa ide, cara-cara ataupun objek yang dipersepsikan oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru. Inovasi sering digunakan juga merujuk pada perubahan yang dipandang baru oleh masyarakat yang berpengalaman. Namun, dalam konteks pemasaran dan perilaku konsumen, inovasi dikaitkan dengan produk atau layanan baru. New merujuk pada produk yang belum pernah ada di pasaran sebelumnya dan baru dalam artian ada berbagai hal yang merepresentasikan perbaikan atau perbaikan dari produk sebelumnya yang telah ditemui konsumen di pasar. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Asepma, Saipul (2020) meneliti tentang “Analisis Kreatifitas dan Inovasi Pengusaha *Coffe Shop* Subsektor Penikmat Kopi di Pekanbaru” hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan konsumen Handycrafts pada sentra kerajinan bambu Mangku bumi Kota Tasikmalaya.

Tabel 1,1
Daftar Menu *WakeUp Coffee Kediri*

<p>Pada <i>WakeUp Coffee Kediri</i>, menu snack yang di sajikan sudah umum disajikan di <i>caffe-caffe</i> pada umumnya.</p> 	<p><i>WakeUp Coffee Kediri</i> bisa menambahkan berbagai macam menu <i>snack/disert</i> yang terbuat dari bahan kopi</p> 
---	--

Selain inovasi hal yang perlu di perhatikan yaitu harga suatu produk, harga merupakan Harga adalah menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Harga merupakan satu – satu nya unsur bauran pemasaran yang menimbulkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Disamping itu Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat dan Harga adalah nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya dan dengan kata lain, harga adalah nilai suatu barang yang ditentukan

oleh penjual. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Amstrong (2018:308) harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk barang atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk manfaat menggunakan atau memiliki suatu barang atau jasa. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Susiladewi (2020) Dengan Judul Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupa Datu Banjar Baru, Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Harga Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen.

WakeUp Kediri merupakan salah satu *caffé* yang ada pada kota Kediri tepatnya di Kecamatan Mojoagung, produk dari *WakeUp Coffee* Kediri ada *Ice Coffe*, *Milk Based* sama *Tropical* selain itu ada menu makanan yang disediakan juga di tempat *WakeUp Coffee* Kediri, hal ini bisa menguntungkan usaha karena dalam setiap harinya selalu ada pembeli dari masyarakat sekitar maupun dari kalangan remaja atau anak kuliah. Namun saat ini usaha *WakeUp Coffee* Kediri mengalami penurunan, ini dapat disebabkan konsumen yang sudah mulai bosan dengan produk yang disediakan sehingga menurunkan kepuasan konsumen jika hal ini dibiarkan maka akan berdampak pada kerugian yang dialami usaha *WakeUp Coffee* Kediri.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Inovasi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada *WakeUp Coffee* Kediri”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, perlu adanya identifikasi masalah penelitian agar penelitian yang dilakukan memiliki ruang lingkup yang jelas. Terdapat beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Masih kurangnya inovasi inovasi baru pada *WakeUp Coffee* Kediri, hal ini ditunjukkan dengan adanya menu yang tidak mengalami perubahan, sehingga membuat konsumen semakin bosan.
2. Harga yang relatif mahal sehingga membuat konsumen masih ragu untuk membeli. Hal ini dapat ditunjukkan dengan adanya konsumen yang masih ragu untuk membeli.
3. Kurangnya kepuasan konsumen pada *WakeUp Coffee* Kediri. Hal ini dapat ditunjukkan dengan adanya menu yang tidak mengalami perubahan dan memiliki harga yang *relative* mahal.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi, oleh sebab itu penulis membatasi diri dengan hanya berkaitan dengan :

1. Penelitian dibatasi pada variable inovasi, harga dan kepuasan konsumen.
2. Penelitian dilakukan di *WakeUp Coffee* Kediri pada tahun 2023.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Inovasi Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *WakeUp Coffee* Kediri?
2. Apakah Harga Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *WakeUp Coffee* Kediri?
3. Apakah Inovasi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen *WakeUp Coffee* Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat diketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis Inovasi Berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen *WakeUp Coffee* Kediri.
2. Untuk menganalisis Harga Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *WakeUp Coffee* Kediri.

3. Untuk menganalisis Inovasi dan harga berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap terhadap kepuasan konsumen *WakeUp Coffee* Kediri

F. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk membandingkan teori manajemen yang didapat di bangku kuliah dengan yang terjadi di lapangan. Sebagai upaya lebih mendalami masalah sumber daya manusia serta menerapkan teori – teori yang telah diperoleh.

b. Bagi akademis

1. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian berikut, serta memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu sumber daya manusia.
2. Penelitian ini untuk membandingkan pengetahuan teori dengan kenyataan yang ada di dalam praktik, sehingga dapat diketahui sejauh mana pengetahuan teori dapat diterapkan dalam praktek.

2. Secara Praktis

a. Bagi Instansi

Laporan Tugas Akhir ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam bidang Pemasaran khususnya tentang Kepuasan Konsumen, Inovasi, dan Harga untuk *WakeUp Coffee* Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, Kotler 2017, “*Marketing an Introducing Pretiece Hall twelfth edition*”, England : Pearson Education, Inc
- Hutagalung. & Hermawan, D. (2018). *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Miati. (2019). Pengaruh Inovasi Produk terhadap kepuasan konsumen Handycrafts pada sentra kerajinan bambu Mangku bumi Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis*, 2(5), 2528-3928.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Susiladewi. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Café Kupu Datu Banjar Baru. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, 2(7), 2355-3197
- Westbrook & Reilly. (2018). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta
- Amir, M. Taufiq. (2018). *Inovasi Pendidikan Melalui Problem Based Learning*. Jakarta: Kencana
- Adelina Agnes Lopian. 2016. Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal EMBA*. Vol.4 No.1 : 1330 – 1339. ISSN 2303-1174
- Kotler, Philip dan Gery Armstrong. 2019. *Principles of Marketing 14th ed*. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Anwar, Sanusi. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Keempat. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatig, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- Ghozali, I. (2018). “*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS*” Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Priyatno, D. 2018. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media