

**ANALISIS CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK DITINJAU DARI ASPEK KEPUASAN PELANGGAN PADA  
CAFE BELIKOPI BANDAR KOTA KEDIRI  
PERIODE 2022-2023**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
pada Program Studi Manajemen



OLEH :

**WAHYU RIZKI ANA**  
19.1.02.02.0223

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2023**

Skripsi oleh :

**WAHYU RIZKI ANA**  
NPM : 19.1.02.02.0223

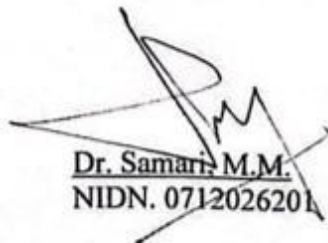
Judul:

**ANALISIS CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN  
KUALITAS PRODUK DITINJAU DARI ASPEK KEPUASAN  
PELANGGAN PADA *CAFE* BELIKOPI BANDAR KOTA  
KEDIRI  
PERIODE 2022-2023**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/ Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 17 Juli 2023

Pembimbing I

  
Dr. Samaris M.M.  
NIDN. 0712026201

Pembimbing II

  
Riko Sardanto, M.Pd.  
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh :

**WAHYU RIZKI ANA**  
NPM: 19.1.02.02.0223

Judul:

**ANALISIS CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS  
PRODUK DITINJAU DARI ASPEK KEPUASAN PELANGGAN PADA  
CAFE BELIKOPI BANDAR KOTA KEDIRI  
PERIODE 2022-2023**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal : 18 Juli 2023

**Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

1. Ketua : Dr. Samari, M.M.

2. Penguji I : Suhardi, M.Pd.

3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd.

Mengetahui,  
Dekan FEB,  
  
  
**Dr. Subagyo, M.M**  
NIDN. 0717066601

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Wahyu Rizki Ana  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 16 Juli 2000  
NPM : 19.1.02.02.0223  
Fak : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di 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, 17 Juli 2023

Yang Menyatakan



**WAHYU RIZKI ANA**  
NPM: 19.1.02.02.0223

## **MOTTO**

Orang lain tidak akan paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang yaa

“tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras, tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan, tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

Kupersembahkan karya ini untuk :  
**Seluruh keluargaku tercinta**

## ABSTRAK

**WAHYU RIZKI ANA** : Analisis Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Ditinjau Dari Aspek Kepuasan Pelanggan Pada *Cafe* Belikopi Bandar Kota Kediri Periode 2022-2023, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

*Cafe* Belikopi adalah sebuah kedai kopi yang berlokasi di Kelurahan Bandar Kota Kediri. Seperti pada umumnya, kedai kopi ini menyediakan minuman kopi dan roti panggang sebagai menu andalannya. Dalam pengamatan peneliti menemukan masalah yaitu citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh antara citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk pada *Cafe* Belikopi Bandar Kota Kediri.

Variabel yang digunakan adalah (1) Citra Merek (2) Kualitas Pelayanan (3) Kualitas Produk (4) Kepuasan pelanggan. Metode pengumpulan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Teknik purposive sampling dengan jumlah 40 responden. Pendekatan dan Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda dengan menggunakan *software SPSS For Windows 23*.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = -0,993 + 0,202 X_1 + 0,138 X_2 + 0,233 X_3 + e$  dengan nilai konstanta = yang artinya semua variabel memiliki hubungan positif terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Koefisien  $X_1$  0,202, koefisien  $X_2$  0,138 dan koefisien  $X_3$  0,233. Maka semua variabel berpengaruh positif setiap menambah atau naik 1 (satu) peningkatan terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah (1) citra merek secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (2) kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (3) kualitas produk secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan (4) citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada *Café* Belikopi Bandar Kota Kediri.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah tuhan yang maha kuasa, atas rahmat yang telah dilimpahkan. Karena hanya karena atas perkenan-nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Penyusunan proposal pra skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada program studi manajemen.

Atas bantuan dari berbagai pihak proposal pra skripsi ini bisa diselesaikan tepat pada waktunya. Pada kesempatan ini di ucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulusnya kepada :

1. Dr. Zainal Afandi selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Samari, M.M. selaku Dosen Pembimbing 1.
5. Rino Sardanto, M.Pd selaku Dosen Pembimbing 2.
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu dan wawasannya secara ikhlas di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
7. Kedua orang tua penulis yang selalu mendukung penulis baik moril maupun materil.

Penulis menyadari bahwa terdapat keterbatasan yang dimiliki dalam penyusunan laporan ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang sangat membangun penulis harapkan demi terciptanya perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini bermanfaat dan dapat memberikan hal yang positif.

Kediri, 17 Juli 2023

**WAHYU RIZKI ANA**  
NPM: 19.1.02.02.0223

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN TEORI .....	9
A. Kajian Teori .....	9
B. Kajian hasil penelitian terdahulu .....	18
C. Kerangka Berfikir .....	25
D. Kerangka Konseptual .....	27
E. Hipotesis .....	28
BAB III METODE PENELITIAN .....	30
A. Identifikasi Variabel Penelitian .....	30
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian.....	34
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
D. Populasi dan Sampel.....	35



E. Instrumen Penelitian .....	36
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	40
G. Teknik Analisis Data .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
B. Gambaran Umum Responden .....	50
C. Analisis Data .....	73
D. Pengujian Hipotesis .....	75
E. Pembahasan .....	68
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
A. Simpulan .....	50
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 : Cafe Di Wilayah Kota Kediri Tahun 2023 .....	4
2.2 : Penelitian Terdahulu.....	22
3.1 : Kisi-kisi Instrumen Penelitian .....	37
3.2 : Hasil Uji Validitas .....	38
3.3 : Hasil Uji Reliabilitas .....	49
3.4 : Jumlah Respon Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4.1 : Jumlah Respon Berdasarkan Usia .....	50
4.2 : Data Tanggapan Variabel Kepuasan Pelanggan.....	52
4.3 : Data Tanggapan Variabel Citra Merek.....	55
4.4 : Data Tanggapan Variabel Kualitas Pelayanan .....	58
4.5 : Data Tanggapan Variabel Kualitas Produk .....	62
4.6 : Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	63
4.7 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	63
4.8 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	65
4.9 : Analisis Koefisien Determinasi .....	65
4.10 : Hasil Uji t .....	67
4.11 : Hasil Uji F .....	68

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
2.1 : Kerangka Konseptual .....	27
4.1 : Struktur Organisasi .....	47
4.2 : Hasil Uji Normalitas .....	61
4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	63

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 : Kisi – kisi Instrumen penelitian .....	79
2 : Instrumen Penelitian .....	83
3 : Tabulasi Data.....	88
4 : Hasil Analisis (output SPSS).....	94
5 : Surat Ijin Penelitian .....	94
6 : Surat Balasan Izin Penelitian.....	95
7 : Berita Acara Bimbingan .....	96
8 : Dokumentasi.....	98

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Saat ini minum kopi menjadi kegiatan favorit bagi kebanyakan warga Indonesia. Bukan menjadi rahasia lagi bahwa kopi begitu digemari masyarakat. Itulah alasan keberadaan coffeshop sangat berkembang pesat. Menurut (*Kedai Kopi Di Indonesia Hampir Mencapai 3.000 Gerai*, 2019) hasil riset TOFFIN yang merupakan penyedia solusi bisnis berupa barang dan jasa di industri (Hotel, restoran, dan kafe) di Indonesia yang menunjukkan jumlah kafe di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya sekitar 1.000.

Berdasarkan data tersebut, terjadi peningkatan tren dan gaya hidup masyarakat Indonesia yang menyukai minuman kopi. Pada awalnya kafe hanya terdapat dipusat perbelanjaan maupun di kota besar, namun sekarang sudah menjamur diberbagai pelosok daerah dan pinggir jalan. Semakin banyaknya masyarakat Indonesia gemar minuman kopi maka akan semakin ketat persaingan dengan usaha sejenis. dibutuhkan inovasi dan pintar mengatur strategi pemasaran produknya agar konsumen dapat mengetahui dan mengenal produk yang ditawarkan serta pembisnis dapat memberikan pelayanan yg baik agar tercapainya rasa puas setelah menikmati produk yg kita jual. Tujuan dari bisnis sendiri selain mencari laba adalah menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan situasi kognitif pembeli yang berhubungan dengan kesepadanan (kesesuaian/kesenangan) dari hasil yang diperoleh dengan dibandingkan pengorbanan yang telah dilakukan (Ibrahim & Thawil, 2019). dan dapat diartikan kepuasan merupakan proses membandingkan hasil kinerja dengan harapan, jika kinerja produk dan harapan rendah maka pelanggan tidak merasa puas dan sebaliknya jika pelanggan merasa puas maka pelanggan tersebut bisa kembali membeli dan merekomendasikan ke orang lain yang akan berpengaruh terhadap kemajuan usaha tersebut. (Bago et al., 2022) kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan pemakaiannya. Sedangkan menurut (Puspitarini et al., 2022) kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai kepuasan atau ketidakpuasan seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang diperolehnya setelah membandingkan hasilnya dengan harapan konsumen.

Salah satu faktor penting yang menjadi perhatian selain rasa puas adalah citra merek yang baik. citra merek merupakan jenis asosiasi yang muncul di benak konsumen ketika mengingat sebuah merek (Syamsidar & Soliha, 2019) dan diartikan citra merek merupakan persepsi pelanggan setelah merasakan hasil dari merek produk yang kita tawarkan yang terbentuk dari pengalaman secara langsung maupun tidak langsung. Jika sebuah bisnis mempunyai citra merek yang baik maka produk yang

ditawarkan kepada pembeli membuat pelanggan kembali membeli produk yang dijual.

Selain tingkat kepuasan pelanggan, citra merek yang baik adalah kualitas pelayanan. Menurut (Poha et al., 2021) kualitas layanan merupakan kompetensi yang dimiliki oleh institusi dalam memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan memiliki kewajiban untuk memberikan kepuasan atas kebutuhan tersebut. Dan diartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan melalui layanan yang baik, jika ternyata dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. kualitas pelayanan sendiri memiliki pertimbangan bagi pelanggan dikarenakan jika pelayanan baik maka akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan untuk datang kembali membeli produk tersebut, namun sebaliknya jika kepuasan pelanggan tidak terpenuhi karena pelayanan kurang baik maka akan menciptakan kesan buruk sehingga pelanggan tidak tertarik kembali membeli produk yang dipromosikan tersebut.

Selain citra merek, kualitas pelayanan yang baik, kualitas produk juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk merupakan harapan konsumen terhadap suatu produk yang berubah-ubah serta berhubungan dengan tenaga kerja atau manusia, tugas serta lingkungan sebagai pemenuhan harapan bagi konsumen (Kumrotin & Susanti, 2021). Dapat diartikan bahwa pelanggan dapat kembali membeli produk yang ditawarkan karena produk tersebut memiliki kualitas yang baik dan sesuai

dengan uang yang sudah dikeluarkan. Jika perusahaan dapat memenuhi permintaan tersebut maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan jumlah konsumen juga dapat meningkat. Hal ini juga berdampak pada berkembangnya bisnis kopi di Indonesia, Berikut ada beberapa *cafe* yang berada di Kota Kediri.

Tabel 1.1  
Berikut Cafe Di Wilayah Kota Kediri Tahun 2023

No.	Nama Cafe	Alamat
1.	Mata Hati	Jl. Ahmad Dahlan No. 23
2.	Alinea Kediri	Jl. Pattimura No. 130
3.	Homely	Jl. Ahmad Dahlan No. 82
4.	Foresthree	Jl. Joyoboyo No. 57
5.	Okui Kopi	Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa
6.	SK Coffe Lab	Jl. Pahlawan Kusuma Bangsa
7.	Janji Jiwa	Jl. Joyoboyo
8.	Belikopi Bandar	Jl. Wachid Hasyim

Sumber : Data diolah oleh Penulis tahun 2023

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut, tahun 2023 ada beberapa *cafe* yang sudah berdiri, salah satunya Belikopi sendiri yang berada di Bandar, *cafe* tersebut berhasil dalam promosi produknya dan ramai pengunjung. Tetapi berdasarkan wawancara oleh salah satu pelanggan yang mengatakan bahwa dalam pelayanan kurang memuaskan dan tidak sesuai harapan pelanggan. Namun karena kurang puas peneliti melakukan wawancara kembali ke beberapa pelanggan lainnya yang menyatakan bahwa tetap membeli produk karena merasa puas dengan alasan memiliki kualitas produk yang baik dengan harga sesuai kantong pelajar daripada merek lain dengan jenis yang sama. Hal tersebut menjadi masalah pada penelitian ini untuk meningkatkan citra merek, kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan.



Penelitian ini dilatar belakangi oleh research gap dari penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian (Syamsidar & Soliha, 2019) membahas tentang kualitas produk, persepsi harga, citra merek dan promosi terhadap proses keputusan pembelian. (Kumrotin & Susanti, 2021) membahas tentang kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian (Ibrahim & Thawil, 2019) mendapat hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Namun kualitas layanan belum dapat membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan. (Ibrani et al., 2023) membahas tentang harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian (Azkyia et al., 2022) menunjukkan hasil yaitu kepuasan pelanggan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas, dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan. Namun pada kualitas produk tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian (Sauw Fa et al., 2021) menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Belikopi Kediri. Kualitas pelayanan barista berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Coffee Shop Belikopi Kediri. Store atmosphere, kualitas produk dan kualitas pelayanan barista secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Cafe Belikopi Kediri.

Adanya Perbedaan penelitian ini dengan hasil penelitian terdahulu seperti yang dijelaskan diatas, dimana ada yang menyatakan kualitas

pelayanan ada yang masih belum bisa membuktikan hubungan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka judul penelitiannya adalah “Analisis Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Ditinjau Dari Aspek Kepuasan Pelanggan Pada *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri*”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Persaingan usaha sejenis semakin ketat, mendorong perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan inovasi pada produk
2. Pelanggan memutuskan memilih produk *Cafe Belikopi Bandar* karena memiliki citra merek yang positif
3. Pelayanan yang baik dan prima dapat membuat pelanggan merasa puas terhadap *Cafe Belikopi Bandar*
4. Kualitas produk yang bermutu dan sesuai dengan uang yang dikeluarkan oleh pelanggan

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli produk ditinjau dari Citra Merek, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk.
2. Objek peneliti adalah konsumen *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri*.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri* ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri* ?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri* ?
4. Apakah ada pengaruh citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri* ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan pada penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri*
2. Untuk menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri*
3. Untuk menganalisis kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri*

4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan antara citra merek, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara simultan pada *Cafe Belikopi Bandar Kota Kediri*

#### **F. Manfaat Penelitian**

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak - pihak yang berkepentingan sebagai berikut :

1. Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan IPTEK dan inovasi bagi pelaku usaha yang memiliki usaha sejenis

2. Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperkaya studi tentang manajemen, khususnya tentang pengaruh citra merk, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan serta dapat dimanfaatkan sebagai bahan rujukan bagi peneliti yang ingin menggunakan masalah yang sama

- b. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini untuk membantu mengembangkan perusahaan yang diteliti agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Vol. 1). CV. Penerbit Qiara Media.
- Assauri, S. (2016). Manajemen operasi produksi. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Azkya, N. I., DS Ratnaningsih, R. Y., & Saptono, E. (2022). Membangun Loyalitas Pelanggan Kopi Melalui Citra Merek dan Kualitas Produk Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Di Masa Pandemi Covid-19. *Pelita Manajemen, Volume 1 N(01)*, 57–66.
- Bago, R., Sutardjo, A., & Anggaraini, M. D. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFÉ 'ELS COFFE DIPADANG THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT QUALITY TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION IN CAFE EL 'SS COFFE IN PADANG* *Reforman Bago ; Agus Sutardjo ; Meri. 4(2)*, 215–226.
- Fatihudin, D., & Anang, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardani, Aulia, Andriani, H., Sukmana, D. J., MS, N. H. A., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., & Ustiawaty, J. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. CV. *Pustaka Ilmu Group*.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing dan Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Penerbit Insania.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1)*, 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Ibrani, W., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). *Persepsi Harga , Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tanaya Coffee di Kota Bekasi Timur. 1(1)*, 35–49.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Kedai Kopi di Indonesia Hampir Mencapai 3.000 Gerai.* (2019). <https://Voi.Id/Berita/925/Kedai-Kopi-Di-Indonesia-Hampir-Mencapai-3-000-Gerai>.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi ke 12, Jakarta: Erlangga*.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko.we.cok di solo. *Jurnal Manajemen, 6(1)*, 1–14.
- Muhid, A. (2019). Analisis Statistik (Edisi 2). *Sidoarjo: Zifatama Jawaara*.
- Poha, F. R., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

- (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 86–104. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.336>
- Puspitarini, J. P., Samari, & Ratnanto, S. (2022). *Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Okui Kopi Kota Kediri Ditinjau Dari Suasana Cafe, Harga dan Variasi Menu*. 267–275. <http://repository.unpkediri.ac.id/4973/>
- Rakhmat, H. C., & Arisman, H. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Kepuasan Pelanggan Waroeng Kopi Lawas Tasikmalaya (Survei pada Pelanggan Waroeng Kopi Lawas Tasikmalaya 2019). *Jurnal Hexagro*, 3(1).
- Ridwan, R., & Bangsawan, I. (2021). *Konsep Metodologi Penelitian Bagi Pemula*. Anugera Pratama Press.
- Sauw Fa, Y. P., Sardanto, R., & Hadi, D. K. (2021). Analisis Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Coffee Shop Belikopi Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 6(1), 1553–1556.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (Ed.); Cetakan 1). Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sediyawami). Alfa Beta.
- Sulistiyowati, W. (2018). *KUALITAS LAYANAN: TEORI DAN APLIKASINYA (SB Sartika)*. UMSIDA PRESS.
- Syahza, A. (2021). *Buku Metodologi Penelitian, Edisi Revisi Tahun 2021*. Pekanbaru: Unri Press.
- Syamsidar, R., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan promosi terhadap proses Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, Vol.26(2), 146–154.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi (Ed.); Edisi 4).
- Usman, E. (2021). *BUKU IMPLIKASI IKLAN BROSUR, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK*.
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi*. Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja.