



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN
LOKASI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(Studi kasus pada konsumen Kafe Family kopi di Malang)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:
WINDA JAYA
NPM. 21601081104

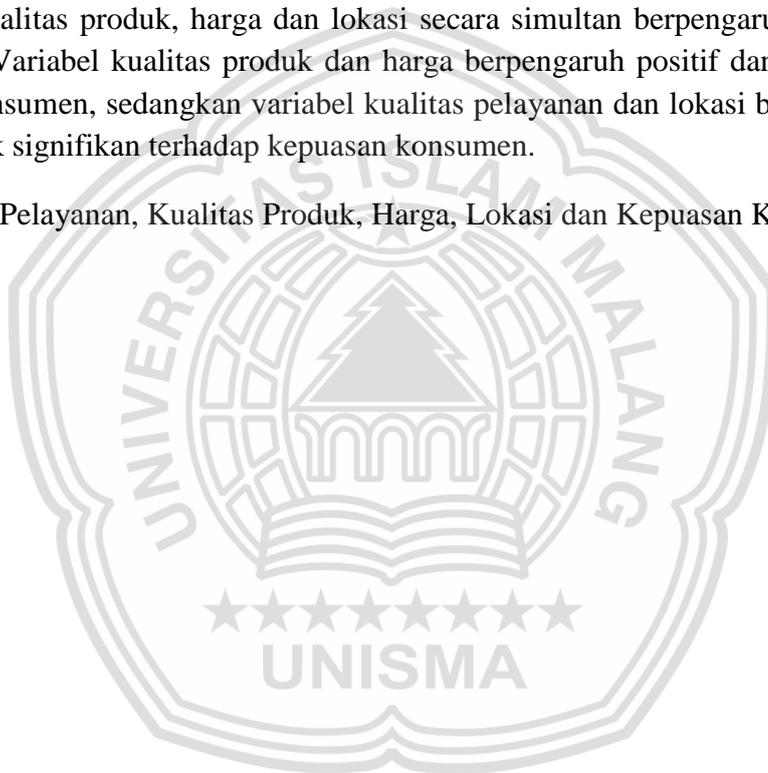


**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
MALANG
2021**

ABSTRAK

Bisnis kedai kopi di Indonesia saat ini terus berkembang hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah kedai kopi di Indonesia yang secara signifikan dalam tiga tahun terakhir. Walaupun konsumsi kopi masyarakat Indonesia rendah tetapi mayoritas adalah pecinta kopi dan kebanyakan pecinta kopi bukan hanya pria saja melainkan wanita juga menyukai. Dikutip dalam (beritasatu.com) Trend kopi di tahun 2020 terus akan bertumbuh dan pertumbuhan tersebut di dukung oleh beberapa faktor yakni seperti kebiasaan (budaya) nongkrong sambil ngopi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Populasi penelitian ini yaitu konsumen Kafe Family Kopi Malang, dengan jumlah sampel 89 responden yang dipilih menggunakan tehnik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kepuasan Konsumen



ABSTRACT

The coffee shop business in Indonesia is currently growing, this can be seen from the significant increase in the number of coffee shops in Indonesia in the last three years. Even though the coffee consumption of the Indonesian people is low, the majority are coffee lovers and most coffee lovers are not only men but women also like it. Quoted in (beritasatu.com) The coffee trend in 2020 will continue to grow and this growth is supported by several factors, such as the habit (culture) of hanging out while drinking coffee. This study aims to determine the effect of service quality, product quality, price and location on customer satisfaction. The population of this research is the consumers of Malang Coffee Family Café, with a sample size of 89 respondents who were selected using purposive sampling technique. Hypothesis testing in this study uses multiple linear regression analysis. The results showed that the variables service quality, product quality, price and location simultaneously affect customer satisfaction. The variables of product quality and price have a positive and significant effect on customer satisfaction, while the variables of service quality and location have a positive and insignificant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Price, Location and Customer Satisfaction.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bisnis kedai kopi di Indonesia saat ini terus berkembang hal ini terlihat dari meningkatnya jumlah kedai kopi di Indonesia yang secara signifikan dalam tiga tahun terakhir. Hasil riset Toffin menunjukkan jumlah kedai kopi di Indonesia pada Agustus 2019 mencapai lebih dari 2950 gerai. Meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya sekitar 1000 gerai. Data Tahunan Konsumsi Kopi Indonesia 2019 yang dikeluarkan oleh *Global Agricultural Information Network* menunjukkan pada 2019/2020 mencapai 294.000 ton atau meningkat sekitar 13.9% dibandingkan konsumsi pada 2018/2019 yang mencapai 258.000 ton. Jika di lihat Secara per kapita, konsumsi kopi masyarakat Indonesia relatif masih rendah dibandingkan negara lain. Walaupun konsumsi kopi masyarakat Indonesia rendah tetapi mayoritas adalah pecinta kopi dan kebanyakan pecinta kopi bukan hanya pria saja melainkan wanita juga menyukai. Dikutip dalam (beritasatu.com) Trend kopi di tahun 2020 terus akan bertumbuh dan pertumbuhan tersebut di dukung oleh beberapa faktor yakni seperti kebiasaan (budaya) nongkrong sambil ngopi, Kedua meningkatnya daya beli konsumen dan harga kopi siap minum di *Cafe Modern* yang lebih terjangkau, Ketiga dominasi populasi anak muda Indonesia (Generasi Y dan Z) yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi, Keempat kehadiran media sosial memudahkan pebisnis kedai kopi atau *Cafe* melakukan aktivitas marketing dan promosi, Kelima *platform ride hailing* (Grabfood dan Go food) memudahkan proses penjualan dari sisi bisnis.

Penjualan produk kopi siap minum saat ini terus meningkat, menurut data Euromonitor pada 2013 *retail sales volume RTD coffe* Indonesia hanya sekitar 50 juta

liter, pada 2018 menjadi hampir 120 juta liter. Proyeksi pertumbuhan pada tahun 2020 ini berdasarkan konsumen yang dikumpulkan melalui *survei online* kepada kalangan muda penggemar kopi menunjukkan bahwa kedai kopi atau *cafe* berkualitas dengan harga terjangkau sangat diminati oleh generasi yang mendominasi populasi Indonesia saat ini. Hal ini berdampak pada perkembangan dunia bisnis yang semakin kreatif dan inovatif. Sebagai salah satu bisnis usaha yang mengalami cukup pesat dan mencerminkan gaya hidup modern adalah usaha dalam bidang penyajian makanan dan minuman seperti *franchise* makanan, *coffee shop*, restoran dan lain sebagainya. Hal ini tidak terlepas dari sejarah perkembangan budaya makan dari luar rumah.

Kota Malang sendiri mempunyai beberapa ragam bidang bisnis, mulai dari bisnis kuliner, bisnis properti, bisnis online shop dan lain-lain. Tetapi paling sering diminati yakni bisnis kafe, bisnis kuliner, maupun sekarang yang lagi diminati oleh kalangan muda adalah *cafe shop*. Fenomena menjamurnya bisnis yang ada di kota Malang sangat berkembang pesat dimulai dari skala kecil hingga skala besar yakni seperti warung kopi angkringan sampai *cafe* dan restoran, sehingga para pelaku usaha dalam bersaing maupun berbisnis dengan tujuan untuk mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan Kualitas pelayanan yang baik, kualitas produk, serta harga dan lokasi yang memadai, dengan begitu para konsumen dapat memberikan keputusan pembelian yang selanjutnya dan merasa puas.

Prinsip di atas sejalan dengan pemikiran Zeithmal dan bitnes (2005) dalam Sangadjji dan Sopiah (2013:180) kepuasan konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli akan kembali menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen tercipta karena kinerja perusahaan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan, inilah yang bisa disebut harapan konsumen dan jika kinerja perusahaan kurang dari harapan konsumen maka konsumen akan kecewa begitupun jika kinerja perusahaan

melebihi harapan konsumen maka konsumen akan merasa sangat puas sehingga dapat menimbulkan loyalitas. Dengan ini konsumen tidak hanya sekedar membeli produk, namun sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada umumnya konsumen akan merasa senang jika dilayani dengan sopan, ramah, dan sepenuh hati sehingga akan timbul kepuasan. Dengan demikian, pelayanan merupakan hal yang penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2014: 268) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Ketika perusahaan menawarkan produk yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen dapat dikatakan perusahaan tersebut telah memberikan kualitas yang terbaik. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan konsumennya sepanjang waktu disebut perusahaan yang berkualitas. Menurut (Kotler dan Armstrong 2008:273) kualitas produk menggambarkan sejauh mana kemampuan produk tersebut dalam memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan. Maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standart yang telah ditetapkan. Dengan begitu konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang diminati atau disukai.

Selain kualitas produk yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam bersaing adalah harga. Harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan memiliki atau menggunakan produk jasa (Kotler dan Armstrong 2008:345). Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu produk atau jasa sangat relatif. Perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditentukan tidak terlalu tinggi atau rendah. Bagi konsumen harga sering dikaitkan dengan manfaat yang diperoleh atas suatu produk

atau jasa . Pembeli menggunakan harga tidak hanya pada ukuran pengorbanan , tetapi juga digunakan sebagai indikator kualitas produk dan layanannya (Assauri 2012:194). Oleh karna itu perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas yang memiliki nilai lebih dengan memberikan harga yang sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Menurut Lupyoadi (2009:42) Lokasi adalah keputusan yang dibuat perusahaan berkaitan dengan dimana operasi dan stafnya akan ditempatkan. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman, dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung seperti adanya lahan parkir, serta faktor lainnya. Lokasi yang baik menjamin tersediannya akses yang cepat dan dapat menarik sejumlah konsumen untuk mengubah pola pembelian. Mood dan respon konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain, dan tata letak. Maka mood dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan konsumen yang melebihi dari harapan mereka.

Saat ini Kafe yang paling banyak diminati oleh kalangan muda adalah Kafe Family. Kafe Family merupakan *cafe* yang menyediakan berbagai minuman kopi, maupun bukan kopi dengan berbagai macam pilihan serta makanan maupun *snack* lainnya. Kafe Family ini beralamatkan di Jalan Kapiworo no 84 kedunyo, Mangliawan, kec Pakis, Malang Jawa Timur. Kafe Family ini baru buka pada tahun 2019 yang bermula hanya memanfaatkan teras depan rumah, dan sekarang Kafe Family kopi sudah memiliki tempat sendiri, dengan mengusung tema Kafe yang nyaman dan kekeluargaan. Kafe Family menyajikan berbagai macam varian menu kopi dari *espresso based*, *manual brew*, *signature*, dan non kopi. Dengan begitu kafe Family memberikan kualitas yang terbaik untuk para konsumennya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka skripsi diberikan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas produk, Harga dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi Malang?
- b. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kafe Family Kopi Malang?
- c. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kafe Family Kopi Malang?
- d. Apakah Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kafe Family Kopi Malang?
- e. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kafe Family Kopi Malang

1.3 Tujuan Penelitian dan manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

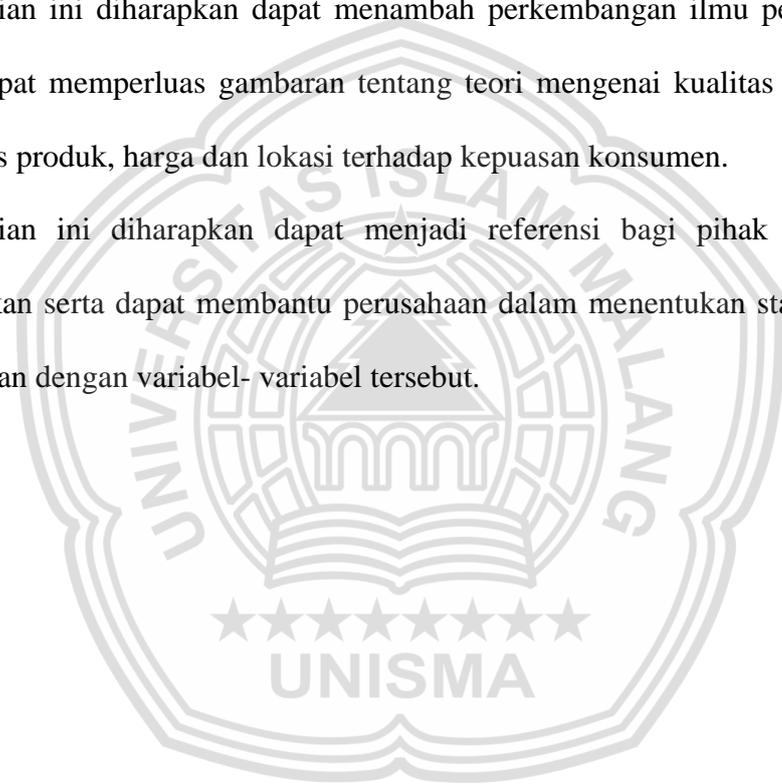
- a. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan, kualitas produk, Harga dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Kafe Family Kopi Malang
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kafe Family Kopi Malang
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kafe Family Kopi Malang

- d. Untuk mengetahui dan menganalisis harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kafe Family Kopi Malang
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di Kafe Family Kopi Malang

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian secara teoritis yaitu sebagai berikut :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat memperluas gambaran tentang teori mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak pengambil kebijakan serta dapat membantu perusahaan dalam menentukan strategi yang berkaitan dengan variabel- variabel tersebut.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi Malang.
- b. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi Malang. Dengan kata lain Kafe Family Kopi kurang maksimal dalam melayani konsumen yang datang ke Kafe Family Kopi , dikarenakan hanya ada satu karyawan untuk melayani.
- c. Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi. Dengan kata lain konsumen merasa sangat puas akan produk yang ditawarkan Kafe Family Kopi kepada konsumen.
- d. Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi. Dengan kata lain konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan Kafe Family Kopi sangat terjangkau dan sesuai dengan fasilitas maupun rasa yang diberikan kepada konsumen.
- e. Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi Malang. Dengan kata lain bahwa lokasi Kafe Family Kopi kurang strategis.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini telah mengusahakan dan melaksanakan penelitian sesuai prosedur ilmiah, namun demikian masih mempunyai keterbatasan, sebagai berikut :

- a. Dalam penelitian ini variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga dan Lokasi. Masih banyak variabel-variabel lain yang mampu mempengaruhi variabel kepuasan konsumen.
- b. Penggunaan kusioner menjadi keterbatasan pada penelitian ini, dikarenakan terkadang jawaban yang diberikan responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya yang ada dilapangan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan, penelitian ini dapat memberikan beberapa implikasi dan saran sebagai berikut:

- a. Bagi perusahaan
 - 1) Berdasarkan penelitian yang dilakukan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi Malang. Sehingga faktor kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam menumbuhkan kepuasan konsumen, dengan demikian diharapkan untuk perusahaan agar bisa menambah karyawan satu atau dua lagi agar pelayanan yang diberikan kepada konsumen bisa cepat dan maksimal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan variabel
 - 2) Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi. Sehingga Kafe Family Kopi agar tetap bisa mempertahankan kualitas pada produk tersebut atau juga bisa meningkatkan kualitas produk yang diberikan kepada konsumen
 - 3) Harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen di Kafe Family Kopi. Sehingga Kafe Family Kopi bisa mempertahankan harga yang ditawarkan terjangkau untuk konsumen agar konsumen bisa merasa puas.

4. Lokasi tidak berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Kosnumen di Kafe Family Kopi. Dengan demikian diharapkan Kafe Family bisa mencari lokasi yang lebih strategis atau jika tidak memungkinkan bisa dengan memberikan logo yang besar agar konsumen yang ingin datang ke Kafe bisa lebih mudah.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

- a) Agar bisa menambah jumlah populasi serta sampel.
- b) Dapat menambahkan variabel penelitian yang akan diteliti.
- c) Dapat memperbarui pernyataan-pernyataan dan indikator pada penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen* (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 51(2), 1-7.
- Arianty, dkk. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Assauri, Sotjan. 2009. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Assauri, Sotjan. 2012. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN*. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1-14.
- Aulia, M., & Hidayat, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(5).
- Eka, Giovana A. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen*. *jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*. Vol 01-No1
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi : Yogyakarta
- Firdiyansyah, I. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Gubrak Kepri Mall Kota Batam*. *Jurnal Elektronik REKAMAN (Riset Bidang Ekonomi Manajemen dan Akuntansi)*. ISSN, 2598-8107.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penertbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Universitas Diponegoro.
- Hana, Ofela. 2016. *Pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan konsumen kebab kingabi*. *Jurnal ilmu dan Riset Mnajemen*. Vol 05-No 1
- Husein, Umar. 2008. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, P. (2002). *Manajemen pemasaran*. Jilid kedua. (10thed). Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2005) , *Manajemen pemasaran*, Jilid 2 (11th ed). Jakarta: PT INDEKS.
- Kotler, Philip dan Gary Astrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran Buku 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasara Buku 1*.
- Kotler, Philip dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. Jakarta : Erlangga

- Lupyoadi, Rambat, dan Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi II. karta: Salemba Empat
- Lovelock, Wright. (2010). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks
- Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: ANDI
- Singarimbun & Effendi. 2005. *Metode Penelitian Survey*, Pustaka LPJES. Indonesia.
- Situmeang, L. S. (2017). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan istana hot plate Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Slovin (Sevilla et. al., 1960 : 182) Menentukan jumlah sampel dengan rumus Slovin.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* Bandung : Alfabeta
- Sukandarumidi. 2004. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Penelitian Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada Universitas Press
- Syarif, 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu*
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*, Bayumedia. Malang
- Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 3(2).
- Widiastuti, I. E., Suparmono, S., & Barmawi, M. M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone . iPhone pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta*. Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 1(1), 115-125.
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu* (Studi pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–pekanbaru) (Doctoral dissertation, Riau University).
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*. Malang : CV. Cahaya Press.
- Zakaria, D. G. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM),

Sumber Online

<https://www.beritasatu.com/ekonomi/591071/2020-konsumsi-kopi-diproyeksikan-naik-139>



University of Islam Malang
REPOSITORY



© Hak Cipta Milik UNISMA

repository.unisma.ac.id