



**PENGARUH KUALITAS MAKANAN, SUASANA, DAN KEWAJARAN
HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *CAFE COKLAT*
KLASIK JOYOGRAND MALANG**

(Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

WIDYAN VIOLITA

NPM. 21601081030

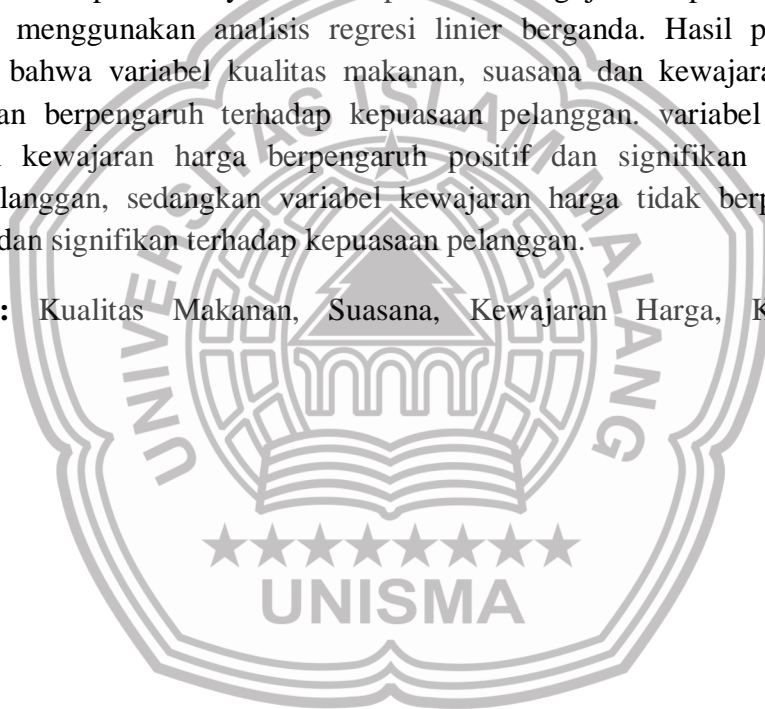


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2020**

ABSTRAK

Perkembangan bisnis retail di Indonesia yang semakin berkembang pesat membuat persaingan semakin meningkat, setiap pelaku bisnis akan berlomba-lomba untuk menjadikan produknya sebagai produk yang banyak diminati oleh konsumen. Maraknya bisnis kuliner dan menjamurnya kafe di Kota Malang serta besarnya potensi yang ada mengahruskan para pebisnis menciptakan kreativitas untuk membuat usahanya tampil berbeda mulai dari segi kualitas makanan yang diberikan, suasana *cafe* yang disajikan dan kewajaran harga yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan, suasana dan kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan pada *Cafe* Coklat Klasik Joyogrand Malang. Populasi didalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Islam Malang yang pernah berkunjung ke *Cafe* Coklat Klasik Joyogrand Malang dengan jumlah sampel sebanyak 85 responden. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan, suasana dan kewajaran harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. variabel kualitas makanan dan kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel kewajaran harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

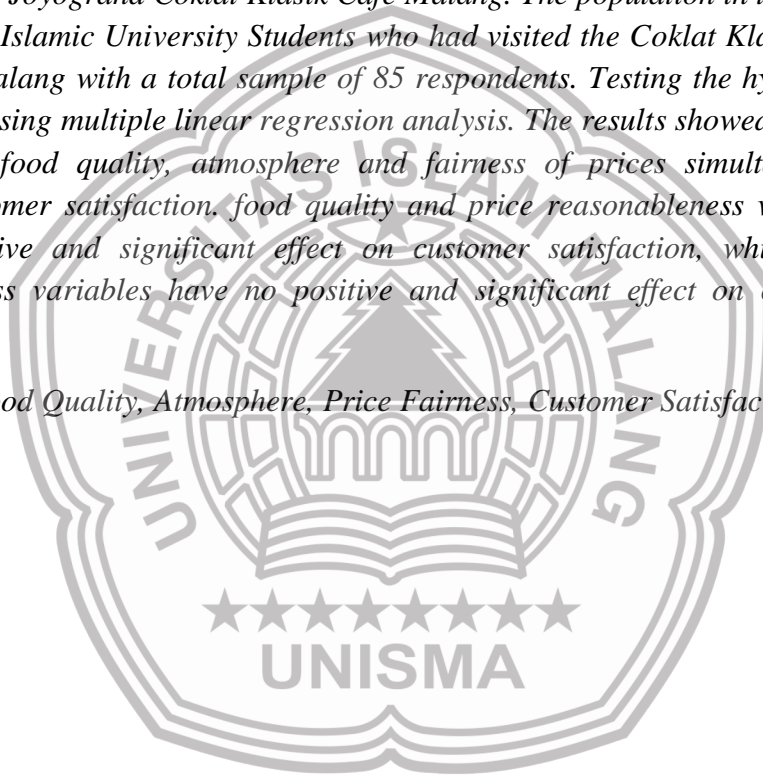
Kata Kunci: Kualitas Makanan, Suasana, Kewajaran Harga, Kepuasan Pelanggan.



ABSTRACT

The development of retail business in Indonesia which is rapidly developing makes competition increasing, every business person will compete to make his product a product that is in great demand by consumers. The rise of culinary business and the mushrooming of cafes in Malang and the huge potential that exists has made businesses create creativity to make their businesses appear different in terms of the quality of the food provided, the atmosphere of the cafe served and the reasonableness of the prices offered. This study aims to determine the effect of food quality, atmosphere and fairness of prices on customer satisfaction at Joyogrand Coklat Klasik Cafe Malang. The population in this study were Malang Islamic University Students who had visited the Coklat Klasik Cafe Joyogrand Malang with a total sample of 85 respondents. Testing the hypothesis in this study using multiple linear regression analysis. The results showed that the variables of food quality, atmosphere and fairness of prices simultaneously affected customer satisfaction, food quality and price reasonableness variables have a positive and significant effect on customer satisfaction, while price reasonableness variables have no positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Food Quality, Atmosphere, Price Fairness, Customer Satisfaction.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis retail di Indonesia yang semakin berkembang pesat membuat persaingan yang semakin meningkat Sugianto dan Sugiyono, (2013). Setiap pelaku bisnis akan berlomba-lomba untuk menjadikan produknya sebagai produk yang banyak diminati dan bisa menarik perhatian konsumen. Pertumbuhan bisnis retail di Provinsi Jawa Timur sendiri setiap tahun mengalami peningkatan yang signifikan dibuktikan dengan data yang di peroleh dari Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) Jawa Timur menyebutkan bahwa pertumbuhan kafe berbasis kopi meningkat 16 persen- 18 persen seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat perkantoran (surabaya.bisnis.com).

Di kota Malang sendiri yang dijuluki dengan Kota pendidikan menjadikan banyaknya mahasiswa pendatang baru dari luar kota yang secara tidak langsung menjadi peluang bagi para pebisnis untuk membuka sebuah usaha kuliner seperti *cafe* atau restoran. Dikarenakan jumlah pangsa pasar yang besar yang menjadikan kebutuhan masyarakat Kota Malang akan makanan dan minuman sudah menjadi kebutuhan pokok yang harus dipenuhi.

Maraknya bisnis kuliner dan menjamurnya kafe di Kota Malang serta besarnya potensi yang ada mengharuskan para pebisnis menciptakan kreativitas untuk membuat suatu usahanya tampil beda dari yang lain, sehingga menarik minat konsumen untuk berkunjung ke kafe dan menjadikan kafe tersebut tempat

“nongkrong” favorit bagi mereka. Dengan banyaknya pesaing yang muncul dalam bidang ini, setiap pebisnis harus bisa berlomba menjadikan bisnis *cafe* nya terdepan dan menetapkan orientasi kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama agar usahanya dapat bertahan lama seiring dengan berjalannya.

Prinsip diatas sejalan dengan pemikiran Kotler dan Keller (2009 : p.164) Kepuasan Pelanggan adalah perasaan puas atau tidak puas yang dihasilkan dari membandingkan antara kinerja dengan ekspektasi pelanggan. Jika kinerja tidak memenuhi ekspektasi, maka pelanggan tidak akan merasa puas. Hal lain sebaliknya jika kinerja melebihi ekspektasi, dengan ini pelanggan akan puas.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chotimah, (2018) menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti untuk mencapai kepuasan konsumen di dalam bisnis restoran atau *cafe* ada banyak cara yang bisa digunakan salah satunya yaitu pentingnya kualitas makanan yaitu yang memiliki peran sangat penting bagi konsumen karena disini mengukur tingkat kualitas makanan yang diterima oleh konsumen itu sendiri dan konsumen menilai sebuah rasa kuliner di sebuah “*cafe*” atau resto yang di pilihnya. Kualitas makanan juga menjadi salah faktor penting bagi konsumen dalam membeli suatu makanan di restoran atau *cafe*. Kualitas makanan merupakan titik awal untuk merebut hati konsumen, sehingga kepuasan tidak hanya dipertahankan saja tetapi harus ditingkatkan untuk menghadapi persaingan yang semakin banyak. Kualitas makanan sendiri dipengaruhi oleh rasa, kemantapan/ketetapan, kandungan nutrisi, presentasi, aroma dan suhu makanan. Kualitas makanan merupakan faktor yang paling penting bagi konsumen,

konsumen akan merasa puas jika kualitas makanan yang diberikan sudah memenuhi beberapa kriteria seperti diatas Jin et. al, (2012). Menurut Potter and Hotchkiss, (1995:90), karakteristik kualitas makanan yang dapat diterima oleh konsumen. Yang didalamnya ada ukuran, bentuk, warna, konsisten, tekstur dan rasa merupakan faktor internal dari *food quality*.

Inovasi dan kreatif adalah salah satu cara untuk menciptakan rasa nyaman, tata letak ruangan dan dekorasi ruangan yang menarik serta artifak yang unik untuk pengunjung cafe, yang bertujuan untuk membuat konsumen ingin berlama-lama di dalam cafe tersebut. Dengan didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Wahyudi, (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dan positif antara suasana terhadap kepuasan pelanggan. Menciptakan *Dining Atmosphere* merupakan salah satu yang dapat dilakukan. Menurut Marinkovic, et. al (2014) Sekarang restoran tidak hanya menawarkan makanan saja, tetapi juga memberikan suasana restoran atau *cafe* yang menyenangkan, yang dapat mendorong para pengunjung untuk menghabiskan lebih banyak waktu di restoran bersama teman dan keluarga. Banyak konsumen menginginkan suasana yang nyaman. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang lebih memilih membeli makanan atau minuman dengan suasana yang nyaman daripada membeli di restoran atau cafe yang hanya sekedar menjual makanan saja tanpa menambahkan suasana yang nyaman. Menurut Levy and Weitz, (2012:576), dapat mempengaruhi persepsi dan emosional konsumen terhadap kepuasan pelanggan, melalui faktor visual, penataan perabotan, cahaya di dalam maupun luar *cafe*,

musik yang diputar di dalam *cafe* dan aroma yang bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang nyaman.

Selain suasana, kewajaran harga (*price fairness*) juga salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Kewajaran harga didasarkan pada perbandingan transaksi yang melibatkan berbagai pihak ketika terjadi perbedaan harga. Ketika dirasakan terjadi perbedaan harga, maka tingkat kesamaan antara transaksi merupakan unsur penting dari penilaian kewajaran harga. Dampak dari persepsi konsumen mengenai kewajaran harga antara konsumen satu dengan lainnya tidak akan sama, karena harga yang ditawarkan di restoran atau *cafe* harus sesuai dengan kualitas makanan yang diberikan di restoran atau *cafe* tersebut Jin et. al, (2012). Menurut D Bayu dan Nurcaya, (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel kewajaran harga terhadap variabel kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa kewajaran harga disini dapat salah satu faktor yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan itu sendiri karena harga yang ditawarkan "*cafe*" atau resto harus sesuai dengan kualitas makanan yang di peroleh di "*cafe*" atau resto tersebut.

Coklat Klasik Malang terletak di Jalan Joyo Agung, Merjosari, Lowokwaru, Tlogomas, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur yang terletak di bukit yang sedikit lebih tinggi dari Kota Malang, dengan ini pengunjung dapat menikmati view yang indah dan dapat melihat cahaya lampu disekitarnya. *Cafe* yang dihadirkan bagi para mahasiswa untuk menikmati akhir pekan.

Cafe yang menyajikan aneka minuman dan makanan seperti: mulai dari minuman yang berbahan dasar dari coklat, tidak hanya menyajikan berbagai minuman yang berbahan dasar dari coklat tetapi *cafe* coklat klasik juga menyajikan berbagai macam makanan berat seperti bakso tahu, nasi goreng, varian sosis dll.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka skripsi diberikan judul “Pengaruh Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan *Cafe* Coklat Klasik Malang (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat rumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini, adalah:

- a. Apakah Kualitas makanan, suasana, kewajaran harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* coklat klasik Malang pada mahasiswa Unisma?
- b. Apakah Kualitas makanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* coklat klasik Malang pada mahasiswa Unisma?
- c. Apakah Suasana berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* coklat klasik Malang pada mahasiswa Unisma?
- d. Apakah Kewajaran harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* coklat klasik Malang pada mahasiswa Unisma?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas makanan, suasana dan kewajaran harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* Coklat Klasik Malang pada Mahasiswa Universitas Islam Malang
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas makanan, secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* Coklat Klasik Malang pada Mahasiswa Universitas Islam Malang
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh suasana, secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* Coklat Klasik Malang pada Mahasiswa Universitas Islam Malang
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kewajaran harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di *cafe* Coklat Klasik Malang pada Universitas Islam Malang

1.3.2 Manfaat Penelitian ★★★★★★

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat memperluas gambaran tentang teori mengenai Kualitas Makanan, Suasana, Kewajaran Harga dan Kepuasan Pelanggan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak pengambil kebijakan serta dapat membantu manajer

perusahaan dalam menentukan strategi yang berkaitan dengan variabel- variabel tersebut.

- c. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan masukan dan sumbangsih bagi penelitian selanjutnya di bidang dan permasalahan yang sejenis untuk dikembangkan lebih lanjut.



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 Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*.
- b. Kualitas Makanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*. Dengan kata lain *Cafe Coklat Klasik* cukup memuaskan dari segi cita rasa, penyajian yang rapi, dan dapat menyediakan banyak varian menu makanan.
- c. Suasana berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*. Dengan kata lain pelanggan khususnya mahasiswa unisma merasa puas akan suasana yang ada di *Cafe Coklat Klasik* dan dapat menikmati suasana view yang ada.
- d. Kewajaran Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*. Hal ini dikarenakan menurut mahasiswa unisma harga yang ditawarkan di *Cafe Coklat Klasik* masih mahal karena tidak sesuai dengan fasilitas maupun pelayanan yang diberikan.

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 pelanggan adalah Kualitas Makanan, Suasana dan Kewajaran Harga. Masih banyak variabel-variabel lain yang mampu mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan.
- 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 variabel kualitas makanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga faktor kualitas makanan merupakan salah satu faktor penting dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan, dengan demikian diharapkan untuk perusahaan agar bisa mempertahankan dan dapat meningkatkan kualitas makanan yang akan disajikan ke pelanggan, serta menjamin bahwa ketika pelanggan menikmati makanan yang ada di *Cafe Coklat Klasik* mereka merasa puas.

2) Berdasarkan penelitian yang dilakukan variabel Suasana memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sehingga faktor suasana merupakan salah satu faktor yang penting dalam menumbuhkan kepuasan pelanggan, dengan demikian diharapkan bagi perusahaan untuk terus mempertahankan dan bisa membuat desain – desain yang menarik maupun nuansa yang indah yang ada di *Cafe Coklat Klasik*.

3) Berdasarkan penelitian yang di lakukan variabel Kewajaran Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di *Cafe Coklat Klasik*. Yang berarti bahwa tingkat kewajaran harga di *Cafe Coklat Klasik* tidak mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Sehingga untuk perusahaan diharapkan bisa meningkatkan faktor kewajaran harga agar sesuai dengan fasilitas, pelayanan yang ada di *Cafe Coklat Klasik* agar pelanggan khususnya mahasiswa unisma bisa merasa puas dan dapat juga lain yang dapat menggunakan faktor lain yang dapat berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan misalnya dengan meningkatkan kualitas makanan yang disajikan, suasana yang dihadirkan.

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

- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Boone, Louis E. Kurtz, David L. 2008. Pengantar Bisnis Kontemporer, buku 1. Jakarta: Salemba Empat. Macmillian Publishing Company.
- Chotimah, 2018, Pengaruh Suasana, Kualitas Makanan Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Wedangan Ijo Makam Haji.
- Consuegra, D., A. Molina, dan A. Esteban. 2007. *An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyalty: An Empirical Analysis in Service Sector*. Journal of Product & Brand Management. 16(7), pp. 459-468.
- Craven, David W. 2003. *Strategic Marketing*, edisi ke7. New York: The McGrawHill Companies, Inc.
- D Bayu dan Nurcaya. 2015, Pengaruh Kewajaran Harga dan *Service Value* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung Subak Denpasar.
- 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 Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Universitas Diponegoro.
- Hanaysha, J. (2016). *Testing the Effects of Food Quality , Price Fairness , and Physical Environment on Customer Satisfaction in Fast Food Restaurant Ind Asian Economic and Social Society*, 6(2), 31–40.
- Hilaliyah, S. A., Djawahir, A. H., & Susilowati, C. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang di Moderasi oleh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Pelanggan Kafe Ria Djenaka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 172–187.
- Irawan, H. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jin, N., Lee, S., & Huffman, L. (2012). Impact of Restaurant Experience on Brand Image and Customer Loyalty: Moderating Role of Dining Motivation. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 29(6), 532–551.
- 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 Pemasaran Buku 1.
- Kotler, Philip dan K.L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga. Jakarta : Erlangga
- Kuriasari. 2015. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Makanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Ralana Solo.
- Lauw, Kunto, 2013, Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The Light Cup Cafe Surabaya Town Square Dan The Square Surabaya
- Levy, Michael and Barton A. Weitz. 2001. *Retailing Management*. New York: McGraw Hil
- Levy, M. & Weitz, B. A. (2007). *Retail Management 6th edition. United States of America* : McGraw-Hill International.
- Liberman, D. (2002). *Why Customer Choose Restaurant*. New York: *Nation's Restaurant News*.
- Marinkovic, V., Senic, V., Danijela, I., Darko, D., & Marija, B. (2014). The antecedents of satisfaction and revisit intentions for full-service restaurants. *Marketing Intelligence & Planning*, 32, 311–327.
- Marthianus, 2016, Pengaruh Restoran Atmosfer, Kualitas Makanan dan Kualitas Layanan Terhadap *Perceived Value* Konsumen Restoran De Soematra Surabaya
- Nurdiansah, 2013, Analisis Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Angkringan Cekli Kudus.
- Potter, Norman and Joseph, H. Hotchkiss. 1995. *Food Science*. New York: Champman and Hall.
- Petzer, Daniel and Mackey, Nedra. 2014. *Dining Atmospheric and Food and Service Quality as Predictors of Customer Satisfaction at Sit-Down Restaurants*. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, Vol.3(2).
- Rifqi, V. A., & Hermin Endratno. (2011). Kewajaran Harga, Merek Pribadi, Kepuasan Konsumen Abstract, 89–100.

Salsabilah, Sunarti, 2018, Pengaruh Food Quality, Dining Atmosphere Dan Kesesuaian Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Ria Djenaka Shining Batu.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis. Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Sugianto, Sugiharto, 2013, *Analisa Pengaruh Service Quality, Food Quality, dan Price Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Yung Ho Surabaya*.

Sugiyono, (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitaitaif dan Kombinasi (Mixed Methods). *Journal of Chemical Information and Modeling*.

Tjiptono, F. (1998). Manajemen jasa (edisi I). Yogyakarta : Penerbit Andi Offset

Qin, Hong and Prybutok, Victor R. 2008. *Determinants of Customer Perceived Service Quality in Fast Food Restaurant and Their Relationship to Customer Satisfaction and Behavioral Intention*. The Quality Management Journal. Vol.15. 2

Wahyudi, 2018. *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Lele Kepuk*.

Zeithaml, V.A., Bitner, M.J., and Dwayne, D. (2009). *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm*: 5th Edition. New York: McGraw Hill

Sumber Online

<https://www.google.com/amp/s/m.bisnis.com/amp/read/2019001/531/1154444/per-tumbuhan-kafe-berbasis-kopi-jatim-mencapai-18-persen-setahun>



