



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh:

MUHAMMAD ALAMUL HUDA
21901092034



PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI

UNIVERSITAS ISLAM MALANG

2025

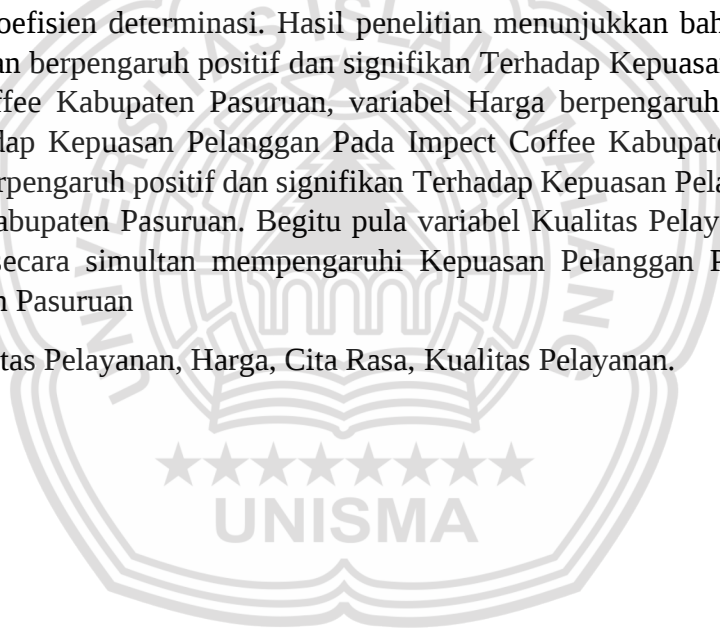
RINGKASAN

Muhammad Alamul Huda, 2025. **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Impect Coffee Kabupaten Pasuruan.**

Dosen Pembimbing 1: Dadang Krisdianto, S sos, M.si, Dosen Pembimbing 2: Khoiriyah Trianti, SE, M.S.A.

Penelitian ini bertujuan Mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Impect Coffee Kabupaten Pasuruan baik secara parsial maupun simultan Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket/kuesioner. Penelitian ini dilakukan di Impect Coffee Kabupaten Pasuruan dengan menggunakan *Probability sampling* yang mana sampel penelitian ini adalah 70 orang. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji instrumen yang terdiri atas uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta uji hipotesis yang terdiri atas analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Impect Coffee Kabupaten Pasuruan, variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Impect Coffee Kabupaten Pasuruan Dan Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Impect Coffee Kabupaten Pasuruan. Begitu pula variabel Kualitas Pelayanan, Harga Dan Cita Rasa secara simultan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Impect Coffee Kabupaten Pasuruan

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Cita Rasa, Kualitas Pelayanan.



SUMMARY

Muhammad Alamul Huda, 2025. *The Influence of Service Quality, Price and Taste on Customer Satisfaction at Impact Coffee, Pasuruan Regency*. Supervisor 1: Dadang Krisdianto, S sos, M.si, Supervisor 2: Khoiriyah Trianti, SE, M.S.A.

This study aims to determine the effect of Service Quality, Price and Taste on Customer Satisfaction at Impact Coffee, Pasuruan Regency, both partially and simultaneously. This type of research is quantitative. The data collection technique used is a questionnaire. This research was conducted at Impact Coffee, Pasuruan Regency using Probability sampling, where the sample of this study was 70 people. Data analysis techniques used in this study include instrument tests consisting of validity and reliability tests, classical assumption tests consisting of normality, multicollinearity and heteroscedasticity tests and hypothesis tests consisting of multiple linear regression analysis, t-test, F-test and coefficient of determination. The results of the study indicate that the Service Quality variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Impact Coffee, Pasuruan Regency, the Price variable has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Impact Coffee, Pasuruan Regency and Taste has a positive and significant effect on Customer Satisfaction at Impact Coffee, Pasuruan Regency. Likewise, the Service Quality, Price and Taste variables simultaneously affect Customer Satisfaction at Impact Coffee, Pasuruan Regency.

Keywords: Service Quality, Price, Taste, Service Quality.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Kemajuan usaha di Indonesia meningkat sangat cepat dan kompetisi sangat ketat. Di zaman globalisasi ini, banyaknya label dan barang yang beradu di pasar menjadi sangat melimpah sehingga konsumen memiliki beragam opsi dan substitusi produk serta layanan yang mampu melengkapi kebutuhannya dan berkuasa menentukan sesuai keinginan konsumen. Dengan adanya persaingan yang terjadi, situasi ini menuntut para pelaku bisnis untuk mengeluarkan seluruh potensi yang mereka punyai agar dapat berkompetisi di pasar.

Aneka usaha yang beroperasi kini menjadi lebih kekinian. Berbagai bisnis modern tersebut menyediakan opsi atau substitusi bagi konsumen untuk memenuhi keperluan dan hasrat mereka. Diantara bisnis modern yang sedang naik daun adalah kedai kopi. Di Indonesia sendiri banyak kafe dan kedai kopi yang buka setiap tahunnya .

Sejak kafe internasional sukses memasuki Indonesia dengan mengadopsi gaya kekinian, Indonesia semakin diramaikan dengan kafe-kafe bergaya modern atau yang biasa dikenal sebagai *coffee shop*. Kafe, atau dengan sebutan yang lebih kontemporer dinamakan kafe atau *coffee shop*, berkembang pesat di sejumlah kota luas di Indonesia, dengan beberapa perusahaan waralaba asing sebagai aktor primer (Prasetyo, 2024).

Setiap pengelola kedai kopi atau kafe merancang strategi untuk memuaskan dan membangkitkan antusiasme pelanggan menjadi sebuah pengalaman dalam menikmati produk, sehingga akan membuat mereka terpesona. Karenanya, dibutuhkan sebuah perubahan cara pandang untuk mengganti pola pikir konvensional dalam kategori bisnis kuliner, yang sebelumnya cuma menyajikan sajian konsumsi saja menjadi sebuah Teori mutakhir yang menegosiasikan berbagai akomodasi tambahan seperti pertunjukan musik langsung, koneksi internet nirkabel dan sejenisnya sebagai daya pikat khusus bagi para pelanggannya yang pada akhirnya akan memengaruhi keputusan mereka.

Pengusaha mau mengaplikasikan beragam taktik untuk menambah konsumen baru dan membentengi pelanggan tetap. Diantara metode untuk lebih istimewa dalam kompetisi dengan kompetitor adalah memenuhi semua keperluan pelanggan. Konsumen merupakan aset perusahaan untuk memperoleh laba dari perolehan penjualan kepada konsumen. Perusahaan berupaya mendirikan kepuasan pelanggan agar pelanggan tetap loyal memakai layanan atau barang yang sudah dipakai sewaktu.

Didasarkan pandangan Kotler & Keller (2009), kepuasan konsumen adalah sasaran dan alat perusahaan. Berbagai strategi dapat diterapkan untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, termasuk meningkatkan mutu barang dan mutu layanan. Semakin unggul kualitasnya, makin tinggi pula tingkat kepuasan yang tercipta. Faktor-faktor yang menentukan kepuasan setiap orang tentu beragam.

Kepuasan konsumen merupakan peskora saat-pembelian di mana opsi yang diambil setidaknya menyediakan perolehan yang setara atau melampaui ekspektasi konsumen. Sebaliknya, ketidakpuasan muncul jika perolehan yang didapat tidak memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono 2006:24). Sebab itu, tingkat kepuasan merupakan kegunaan perbedaan antara kinerja yang dialami dan keinginan. Pandangan buruk muncul jika kinerja yang dirasakan di bawah ekspektasi, sehingga konsumen merasa tidak puas, misalnya layanan yang lambat dan kesalahan karyawan yang merugikan konsumen. Sebaliknya, pandangan baik muncul jika kinerja yang dialami sesuai ekspektasi, sehingga konsumen akan merasakan cukup, misalnya tahap yang cepat dan solidaritas dari karyawan.

Kesenangan pelanggan adalah situasi di mana kemauan, ekspektasi, dan keperluan pelanggan terpenuhi. Konsumen adalah pihak yang tidak bergantung pada pedagang, melainkan pedagang yang bergantung padanya; pihak yang mengusung pedagang pada kemauan dan pihak yang sangat esensial untuk dipenuhi kepuasannya (Gaspersz, 2002). Sementara itu, menurut Tjiptono (2006), salah satu unsur yang menciptakan kepuasan adalah kehendak untuk kembali mengunjungi, yaitu kerelaan konsumen untuk mengunjungi lagi atau melakukan pembelian ulang produk yang bersangkutan.

Demikian pula yang dialami oleh Impact Coffee dalam membentengi pelanggan melalui berbagai cara yang telah diterapkan untuk tetap bertahan hidup di masa kini, di saat mesti menjumpai kompetisi yang amat selektif di antara bisnis kuliner lainnya. Langkah yang harus diinapkan Impact Coffee dalam hal ini adalah dengan menetapkan taktik yang cocok supaya dapat tetap eksis di tengah

kompetisi serta dapat meningkatkan keuntungannya. Akan tetapi, dalam menjalankan taktiknya, Impect Coffee akan mendapati Keruntuhan jika tanpa dukungan pelanggan yang senantiasa memaksakan kepuasan seluruh yang disediakan Impect Coffee.

Strategi yang digunakan impect Coffee yaitu Dengan kenaikan mutu layanan untuk meningkatkan kepuasan dengan menjamu konsumen secara optimal sebanding dengan keperluan. Didasarkan pendapat Adisaputro (2010), konsumen mendirikan ekspektasi pada layanan suatu jasa dari kejadian masa lampau, dampak rekomendasi (dari mulut ke mulut), dan kabar iklan yang diterima. Hakikatnya, konsumen menyamakan "layanan yang diterima" atau "layanan yang dirasakan" (hasil layanan juga disebut hasil) dengan layanan yang diharapkan. Contoh layanan meliputi penyampaian informasi produk unggulan dan kegampanga dalam tahap pelunasan dengan memberikan bukti tagihan yang dapat dibayarkan di kasir; karyawan juga mengenakan seragam agar penampilan fisik mereka mudah dikenali konsumen, serta kemudahan komunikasi dengan konsumen. Akan tetapi, realitanya penerapan tersebut kurang optimal (Adisaputro, 2010).

Kurangnya sumber daya manusia menyebabkan owner kesulitan dalam melayani konsumen, namun kualitas pelayanan juga salah satu hal yang sangat esensial untuk dikenang, layanan yang tanggap dan prima, atau bahkan melampaui harapan pelanggan, condong menghasilkan kepuasan dan kesempatan besar mereka akan memakai jasa yang sama di masa mendatang. Ini memunculkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan. Namun kebalikannya, apabila layanan buruk atau tidak cukup, apalagi jauh dari ekspektasi, akan muncul kekecewaan, sehingga mereka malas untuk kembali. Selain itu, reputasi usaha akan tercoreng dan terancam semakin jelek jika mereka menceritakan pengalaman buruk tersebut kepada orang lain.

Impect Coffee telah berupaya menyajikan layanan yang optimal agar konsumen tetap loyal dan menyukai produk yang telah mereka nikmati selama ini. Konsumen akan merasa senang apabila segala kebutuhannya senantiasa terpenuhi dengan baik, di mana kepuasan pelanggan akan berdampak pada barang atau jasa yang tengah dipromosikan, sehingga mampu meningkatkan jumlah konsumen. Selain itu, dalam mengelola usaha, pelaku bisnis harus terus memantau perubahan pola perilaku pelanggan agar dapat merespons pergeseran kebiasaan mereka dengan tepat. Pemahaman pada pola perilaku ini sangatlah krusial, karena dapat dijadikan aset berharga bagi perusahaan dalam mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang maksimal.

Unsur lain yang berdampak adalah biaya. Biaya merupakan salah satu elemen krusial dalam penjualan. Biaya adalah skor uang yang ditransaksikan guna suatu produk atau layanan. Seterusnya, biaya merupakan total tarif yang

Gambar diatas dapat dilihat bahwa impect coffee memiliki cukup banyak variasi menu, dengan harga yang terbilang rata- rata dari berbagai coffee shop dan kedai kopi yang ada di Kab. Pasuruan yang berkisar dari yang termurah adalah dengan harga Rp.6.000 dan yang termahal adalah Rp.15.000, juga lengkap makanan dan minuman dengan menu andalannya aneka kopi yang bercita rasa menarik dengan nuansa dari industrial sebagai konsep tempat dari Dari Impect Coffee sendiri.

Dalam pengkajian awal, periset telah melaksanakan pengamatan serta interviu secara langsung dengan pihak pemegang kepemilikan dari Impect Coffee. Berikut data produk yang terjual dari Impect Coffee pada bulan Januari – Februari 2024:

Table 1 Data Produk Yang Terjual Dari Impect Coffee Pada Bulan Januari – Februari 2024

No.	Nama Produk	Jumlah Terjual (pcs)			
		Jan	Feb	Mar	Apr
1.	Es Kopi Susu	100	79	73	100
2.	Lemon Tea	50	38	23	23
3.	Chocolate	38	47	41	33
4.	Macha	32	25	26	35
5.	Tubruk Robusta	29	51	39	40
6.	Red Valvet	32	-	25	22
7.	Americano	-	22	26	24
8.	Kentang Goreng	36	29	39	39
Total		317	291	292	316

Sumber: Impect Coffee, 2024

Didasarkan tabel diatas penjualan produk Impect coffee bahwa terjadi penurunan penjualan pada bulan Januari hingga Februari. Didasarkan perolehan interview dengan owner, penurunan kapasitas penjualan produk terjadi karena masyarakat setempat (pelanggan) lebih mencari harga yang murah dan tempat impect coffee sendiri berada di tempat kurang strategis, Sehingga pelanggan kurang tertarik dengan produk yang diatas harga Rp 10.000.

Rasa juga merupakan unsur penting yang menghasut kepuasan pelanggan. Jika produk memiliki rasa yang lezat dan berkualitas, maka pelanggan akan kembali membeli produk tersebut. Menurut Winarno (2008:12), rasa terdiri dari performa dan selera makanan. Performa makanan mencakup rona, tekstur, wujud, ukuran porsi, dan metode pelayanan. Performa makanan merupakan salah satu unsur utama dalam memilih makanan, sedangkan selera makanan meliputi bau, komposisi, dan level kemasakan makanan.

Begitu juga yang diterapkan impect coffee, dengan cita rasa, aroma kopi yang khas dan penyajian yang baik. Membuat para pelanggan kembali dan membeli produk mereka. Produk yang terlaris (*best seller*) yaitu kopi susu dan kopi tubruk. Meskipun dengan harga terjangkau impect coffe tetap mengedepankan kualitas yang baik. Dengan cara pengerjaan kopi yang efektif dan betul, serta menggunakan bahan baku yang berkualitas itu akan mendapatkan cita rasa yang enak.

Kemenangan suatu usaha ditinjau oleh strategi perusahaan dalam mencukupi, bahkan melampaui, ekspektasi pelanggan. Pengusaha wajib selalu memantau perubahan kebiasaan konsumen untuk dapat menerka inovasi tersebut supaya produk yang dinegoisasikan tetap diminati. Memahami perilaku konsumen sangat penting karena menjadi modal utama perusahaan untuk mencapai tujuannya, termasuk kepuasan pelanggan. Didasarkan uraian latar belakang tersebut, dan melihat fenomena serta permasalahan yang ada, pengkaji berminat untuk mengkaji mengenai "Dampak Kualitas Layanan, Harga, dan Rasa pada Kepuasan Pelanggan pada Impect Coffee Kabupaten Pasuruan"

B. Rumusan Masalah

Didasarkan dari latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam riset ini bisa di uraikan sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas pelayanan berdampak pada kepuasan pelanggan pada Impect Coffee Kabupaten Pasuruan.
- b. Apakah harga berdampak pada kepuasan pelanggan pada Impect Coffee Kabupaten Pasuruan.
- c. Apakah cita rasa berdampak pada kepuasan pelanggan pada Impect Coffee Kab. Pasuruan

- d. Apakah kualitas layanan, harga dan cita rasa secara bersamaan berdampak pada kepuasan pelanggan Impact Coffee Kabupaten Pasuruan.

C. Tujuan Riset

Dari rumusan masalah yang telah di uraikan diatas, maka maksud pada riset ini adalah:

- a. Menemukan dampak kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan pada Impact Coffee Kabupaten Pasuruan.
- b. Menemukan dampak harga pada kepuasan pelanggan pada Impact Coffee Kabupaten Pasuruan.
- c. Menemukan dampak cita rasa pada kepuasan pelanggan pada Impact Coffee Kab. Pasuruan
- d. Menemukan dampak kualitas layanan, harga dan cita rasa secara bersamaan pada kepuasan pelanggan Impact Coffee Kabupaten Pasuruan.

D. Manfaat Riset

Perolehan dari riset yang pengkaji terapkan bisa mewariskan hikmah bagi pengkaji sendiri, institusi edukasi, asosiasi, serta berbagai pihak lain yang kemungkinan memiliki kepentingan pada permasalahan ini. Berikut ini, periset paparkan mengenai faedah riset:

- a. Bagi Impact Coffee Kab. Pasuruan

Pengkaji sangat berambisi dengan melakukan riset ini dapat menjadi sebuah hal yang berguna bagi pihak Impact Coffee Pasuruan guna menemukan

seberapa pentingnya kualitas pelayanan dan harga guna mengembangkan kepuasan pelanggan tinggi.

b. Bagi pengkaji berikutnya

Pengkaji berikutnya bisa menjadikan riset ini sebagai referensi untuk mengembangkan riset tentang kepuasan pelanggan.

E. Sistematika Pembahasan

Struktur pencatatan ini dirancang untuk menyederhanakan riset, Yang dikelompokkan ke dalam beberapa segmen, di mana setiap segmen terbagi atas sejumlah sub-segmen yang diuraikan sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Bagian ini memaparkan tentang landasan pemikiran, pertanyaan riset, sasaran, kegunaan, dan kerangka pencatatan skripsi.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan landasan teori dan penemuan studi terdahulu yang relevan sebagai pendukung riset ini. Penjelasan tersebut dilengkapi dengan kerangka berpikir dan hipotesis riset.

BAB III: METODE RISET

Bagian ini menerangkan cara pengimplementasian riset, mencakup tipe, denah, variabel, penentuan populasi dan sampel, teknik penghimpun data, dan teknik kajian data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan profil dan objek studi, penemuan riset, diskusi yang didukung oleh teori dan penemuan riset sebelumnya, serta menjawab pertanyaan riset.

BAB V: PENUTUP

Bagian ini berisi rangkuman dan rekomendasi riset, yang merupakan inti penemuan riset.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Riset ini bermaksud guna menemukan dan mengkaji “Dampak kualitas pelayanan, harga dan Cita Rasa pada kepuasan pelanggan Impect Coffee Kab.Pasuruan”. Didasarkan perolehan riset dan pembahasan pada riset ini, maka bisa dihimpun sebagai berikut:

- a. Kualitas layanan berdampak positif pada kepuasan pelanggan Impect Coffee di Kabupaten Pasuruan. Hal ini terlihat dari layanan yang diberikan sesuai harapan konsumen, sehingga mereka merasa puas.
- b. Harga berdampak positif pada kepuasan pelanggan Impect Coffee di Kabupaten Pasuruan. Harga yang dibebankan sebanding dengan skor yang diterima konsumen, sehingga mereka merasa puas.
- c. Cita rasa berdampak positif pada kepuasan pelanggan Impect Coffee di Kabupaten Pasuruan. Aroma makanan di Impect Coffee menarik minat konsumen untuk mencobanya.
- d. Perolehan uji F memperlihatkan skor signifikansi kurang dari 0,05. Oleh karena itu, kualitas layanan, harga, dan cita rasa secara bersamaan dan saling berkaitan memberikan dampak pada kepuasan pelanggan Impect Coffee di Kabupaten Pasuruan.

B. Saran

Didasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh saya sebagai pengkaji sadar akan banyak kekurangan dalam riset ini sehingga saya memberikan

menyarankan kepada pihak-pihak berikut mengenai riset ini:

1. Saran untuk Pengkaji Berikutnya

Didasarkan temuan ini, beberapa saran diajukan untuk riset berikutnya guna meningkatkan kelengkapan dan kedalaman analisis:

- a) Menambah Variabel Lain – Mengingat bahwa kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa menjelaskan 58,9% dari kepuasan pelanggan, maka pengkaji berikutnya dapat menambahkan variabel lain yang mungkin berdampak, seperti suasana kedai, promosi, atau loyalitas pelanggan.
- b) Memperluas Objek Riset – Riset ini hanya dilaksanakan pada Impact Coffee di Kabupaten Pasuruan. pengkaji berikutnya dapat memperluas cakupan riset ke kedai kopi lain atau melakukan perbandingan antar cabang untuk memperoleh hasil yang lebih luas.

2. Saran untuk Impact Coffee

Didasarkan hasil riset ini, terdapat beberapa saran bagi pengkaji berikutnya agar riset yang dilaksanakan dapat lebih komprehensif:

- a) Meningkatkan Sikap Simpatik Pegawai – Perusahaan dapat mengadakan pelatihan layanan pelanggan untuk meningkatkan keramahan, kesadaran, dan empati pegawai pada pelanggan. Hal ini dapat menciptakan suasana yang lebih nyaman dan meningkatkan pengalaman pelanggan.
- b) Menyesuaikan Strategi Harga – Beberapa pelanggan merasa bahwa harga produk masih belum sepenuhnya terjangkau. Impact Coffee dapat mempertimbangkan strategi harga yang lebih kompetitif, seperti menawarkan paket bundling atau diskon bagi pelanggan setia.
- c) Mengoptimalkan Aroma Minuman – Aroma kopi yang menggugah selera dapat meningkatkan daya tarik pelanggan untuk mencicipi produk. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa aroma kopi tetap kuat dan khas, misalnya dengan menjaga kualitas bahan baku serta metode penyeduhan yang optimal.
- d) Meningkatkan Konsistensi Kualitas – Pastikan bahwa setiap minuman yang disajikan memiliki rasa dan aroma yang konsisten dari waktu ke waktu agar pelanggan tetap puas dan loyal.

- e) Meningkatkan Promosi dan Branding – Untuk menarik lebih banyak pelanggan, Impect Coffee dapat meningkatkan strategi pemasaran, baik melalui media sosial, kerja sama dengan komunitas, atau program loyalitas pelanggan.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, diharapkan Impect Coffee dapat semakin meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisinya sebagai kedai kopi favorit di Kabupaten Pasuruan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan, (2010), Manajemen Pemasaran (Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran), Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2019). Manajemen Pemasaran (1st ed.). Depok: PT.Rajagrafindo Persada.
- Alvianna, S., Husnita, I., Hidayatullah, S., Lasarudin, A., & Estikowati, E. (2021). Dampak Harga dan Kualitas Pelayanan pada Kepuasan Pelanggan Panderman Coffee Shop di Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 380-392.
- Aditya Setyawan, D., & Setyaningsih, W. (2021). Studi Epidemiologi Dengan Pendekatan Analisis Spasial Pada Faktor-Faktor Risiko Yang Berhubungan Dengan Kejadian Diare Pada Anak Di Kecamatan Karangmalang Kabupaten Sragen. CV. Tahta Media Group.
- Bolton, L. E., Warlop, L., & Alba, J. W. (2003). Consumer perceptions of price (Un) fairness. *Journal of Consumer Research*, 29(4), 474-491.
- Fauzi, F., Denick, A. B., & Asiati, D. I. (2019). *Metode Riset untuk Manajemen dan Akuntansi : Aplikasi SPSS dan EViews untuk Teknik Analisis Data*. Salemba Empat.
- Gaspersz, Vincent.(2002). Pedoman Implementasi Program Six SigmaTerintegrasi dengan ISO 9001: 2000 MBNQA dan HCCP. Jakarta: PT Gramedia PustakaUtama
- Gandhy, K., & Safrianto, A. S. (2020). Dampak Kualitas Layanan Dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan Coffee Shop San9a Galaxy. *Jurnal Ekonomi dan Industri e-ISSN*, 2656, 3169.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. BPFE Universitas Diponegoro.
- Hadi, S N. & S. Al-Farisi (2016), Analisis Dampak Cita Rasa, Label Halal, dan Diversifikasi Produk Pada Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan 78 Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur (Studi Kasus Pada UD Bina Makmur Pacitan, Jawa Timur), *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 15.
- Hidayat, Rachmad. (2009). Dampak Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Skor Nasabah Pada Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. (Vol. 11 No. 1 Maret 2009)
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Update PLS Regresi. Edisi Delapan. In (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. BPFE Universitas Diponegoro.

- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan* (1st ed.). Unitomo Press.
- Kotler. (2005). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. PT. Index Kelompok.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Pretice Hall.
- Lilinesia. (2021). Analisis Keputusan Pembelian pada Lemang Batok Didasarkan Kemasan, Cita Rasa, dan Harga. *Economics, Business and Management Science Journal*, 1(1), 47–57. <https://doi.org/10.34007/ebmsj.v1i1.14>
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen pemasaran jasa teori dan praktik*. Salemba empat.
- Maimunah, S. (2020). Dampak Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Pada Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Malhotra. (2014). *Basic Marketing Research*. Pearson Education.
- Pebriantika, Tasa, D., Pitriyani, U., & Selaeman., E. (2022). Dampak Harga Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Mie Gacoan di Karawang. *Jurnal Mirai Management*.
- PRASETYO, A. Y. (2024). Mengapa Kafe dan Kedai Kopi Kian Marak di Indonesia? [Www.Kompas.Id. https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/15/mengapa-kafe-dan-kedai-kopi-kian-marak-di-indonesia](https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/15/mengapa-kafe-dan-kedai-kopi-kian-marak-di-indonesia)
- Priansah. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Alfabeta.
- Putra, B. I. (2022). Dampak Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan “Dari Sansa Coffee” Di Pekanbaru. 154.
- Rahmatullah, Inanna, & Mustari. (2018). Konsep Dasar Ekonomi, Pendekatan Skor-Skor Eco-Culture. In *Jurnal: Konsep Dasar Ekonomi Islam*. CV. Nur Lina. [https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/18923/1610435910965_15. Buku ajar \(file buku\).pdf?sequence=1](https://repo.iainbatusangkar.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/18923/1610435910965_15.Buku%20ajar%20(file%20buku).pdf?sequence=1)
- Setyaningsih. (2021). Dampak kualitas produk, harga, dan lokasi pada keputusan pembelian konsumen di toko aero jalan suromenggolo no. 6 kelurahan bangunsari Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo.
- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Rukmini Sari, H. P. (2021). Dampak Cita Rasa Dan Harga Pada Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia : Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49. <https://doi.org/10.31334/jd.v3i1.1803>
- Sugiyono. (2020). *Metode Riset Bisnis, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D* (Sofia Yust). Alfabeta.

- Sunarto, (2004), Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit AMUS, UST Press, Yogyakarta.
- Sukotjo.,Radix.(2010).”Analisis Marketing Mix-7p (Produk,Price,Promotion,Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) pada Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya”. Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.1 No.2 Oktober, 216-228.
- Sutrisna, E., & Putri, H. H. (2023). Dampak Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga pada Kepuasan Konsumen pada Hotel Mona Plaza Pekanbaru. Journal on Education, 5(4), 13277-13286.
- Sunarto, (2004), Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Kedua, Penerbit AMUS, UST Press, Yogyakarta.
- Sukotjo.,Radix.(2010).”Analisis Marketing Mix-7p (Produk,Price,Promotion,Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) pada Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya”. Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis, Vol.1 No.2 Oktober, 216-228.
- Sutrisna, E., & Putri, H. H. (2023). Dampak Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga pada Kepuasan Konsumen pada Hotel Mona Plaza Pekanbaru. Journal on Education, 5(4), 13277-13286.
- Tjiptono. (2012a). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono. (2012b). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi.
- Utomo, P., & Maskur, A. (2022). Dampak Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan *Store atmosphere* Pada Kepuasan (Studi Pada Pelanggan Antariksa Coffeeshop Semarang). Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi, 17(1), 40- 60.
- Winarno, F.G. (2008). Kimia Pangan dan Gizi. Bogor: M-Biro Press.
- Wahidah, N. (2010). Komponen - Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan.<http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponenkomponenyangmemengaruhicita.html>. Diakses tanggal 17 Maret 2024.
- Yuliarmi, & Riyasa. (2007). *Analisis Faktor-Faktor Yang Memdampaki Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Pdam Kota Denpasar*. 12(1).
- Yusuf.(2005). Metodologi Riset (Dasar-Dasar Penyelidikan Ilmiah). Padang: UNP Press.