

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA DEUMDEE CAFE RANGKASBITUNG**Pipin Suryanisasri* Andrian Prasetyo****

*,** Universitas La Tansa Mashiro. Rangkasbitung, Indonesia

Article Info**Keywords:***Product Quality, Consumer Satisfaction, Customer Loyalty***Abstract**

This study aims to determine the effect of product quality and customer satisfaction on customer loyalty. Product Quality (X1) and Consumer Satisfaction (X2) are independent variables and Customer Loyalty (Y) is the dependent variable. The research method used in this research is quantitative method. The population used in this study were 95 customers of Cafe Deumdee Rangkasbitung. The number of samples used in this study were 95 respondents using the slovin method. The data used in this study is primary data, namely by distributing questionnaires to respondents. The scale used is the Likert scale. The analytical tools used in this research are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, correlation test, determination test, t test and f test. The results of testing the first hypothesis (H1) are accepted which indicates that product quality has an effect on customer loyalty. The results of testing the second hypothesis (H2) are rejected which indicates that consumer satisfaction has no effect on customer loyalty. While the results of testing the third hypothesis (H3) are accepted which shows that Product Quality and Consumer Satisfaction have an effect on customer loyalty.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas Produk (X1) dan Kepuasan Konsumen (X2) merupakan variabel independen dan Loyalitas Pelanggan (Y) merupakan variabel dependen. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 95 orang pelanggan Cafe Deumdee Rangkasbitung. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 95 responden menggunakan metode slovin . Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden. Skala yang digunakan yaitu skala likert. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji korelasi, uji determinasi, uji t dan uji f. Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) diterima yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) ditolak yang menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sementara hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) diterima yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan..

Corresponding Author:

Pipinsuryanisasri5656@gmail.com

The Asia Pacific Journal of Management Studies

Volume 10 dan Nomor 2

Mei - Agustus 2023

Hal. 121 - 128



©2023 APJMS. This is an Open Access Article distributed the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Dewasa ini dunia usaha semakin mengalami perkembangan dan peningkatan yang signifikan, hal tersebut di tandai dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan baru dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam, baik perusahaan yang memproduksi barang maupun jasa. Kondisi ini pula yang menyebabkan persaingan antar perusahaan tersebut semakin tinggi, tingkat kemampuan perusahaan dalam memenangkan persaingan sangat didasarkan pada seberapa baik perusahaan tersebut merencanakan dan mengimplematisasikan strategi, ide dan gagasan yang inovatif,serta kemampuan dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman.

Tingkat penjualan produk pada umumnya sering digunakan sebagai indikator perkembangan perusahaan, semakin tinggi angka penjualan produk maka semakin baik pula suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan, sebaliknya apabila suatu perusahaan dalam penurunan penjualan maka perusahaan tersebut harus melakukan beragam perbaikan untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam upaya peningkatan penjualan produk ini tentu saja tidak bisa lepas dari peranan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk pemuasan kebutuhan konsumen.

Pemasaran memegang peranan kunci bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan profitabilitas baik dalam jangka pendek maupun panjang sehingga dalam proses perencanaan dan penerapannya perlu di lakukan secara tepat, efektif dan efisien yang di dasarkan pada hasil hasil analisa, identifikasi, dan pengembalian keputusan yang sebelumnya telah di lakukan oleh perusahaan sehingga proses pemasaran produk menjadi tepat sasaran dan mampu mencapai target market yang di tentukan.

Kegiatan pemasaran saat ini lebih di fokuskan untuk dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas dengan segmentasi yang sesuai dengan target, produk yang di tawarkan, harga yang terjangkau,tempat (lokasi,sarana dan prasarana), serta promosi merupakan strategi dalam mencapai tingkat pemasaran yang optimal,

di samping hal itu supaya selalu memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan tujuan agar para pelanggan merasa senang dan puas dengan produk yang di tawarkan dan senantiasa melakukan pembelian ulang secara terus-menerus juga harus di perhatikan agar loyalitas pelanggan tetap terjaga dengan baik.

Loyalitas pelanggan merupakan poin penting dan menjadi salah satu tujuan besar suatu perusahaan, sedangkan untuk mendapatkan loyalitas pelanggan tidaklah mudah, terlebih bagi perusahaan yang baru berdiri, di tambah dengan semakin banyak nya pesaing pesaing dengan segala kelebihan nya mengharuskan pemilik usaha berfikir lebih dalam serta berupaya sebaik mungkin dengan memanfaatkan sumber daya yang di miliki.

Pada bidang usaha kuliner misalnya, saat ini banyak pelaku usaha yang bergerak dalam bidang ini, hal tersebut terjadi di karenakan adanya peluang usaha yang besar pada bidang kuliner sehingga mendorong para pelaku usaha untuk selalu menciptakan beragam inovasi upaya mendapatkan loyalitas pelanggan.

Salah satu pelaku usaha yang pada awalnya bergerak hanya dalam bidang Minuman yakni Cafe Deumdee yang berada di Kota Rongkasbitung dan telah berdiri sejak 2017 berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik Cafe yang dilakukan oleh peneliti, didapatkan informasi bahwa awalnya pemilik cafe tidak ada niatan, bisa di bilang hanya iseng pada awalnya akan tetapi atas dorongan suami dan keluarga pemilik cafe pun bergerak untuk membangun Cafe dan jadilah Deumdee cafe seperti sekarang ini. Nama Deumdee di ambil dari bahasa Thailand yang artinya 'Minuman Segar'

Dalam beberapa tahun sebelumnya tingkat pendapatan atau omset Cafe mengalami penurunan, hal ini di sebabkan selain Pandemi Covid-19 juga di karenakan semakin banyaknya pesaing yang hadir dengan Cafe baru, konsep baru, sarana prasarana yang lebih lengkap, produk yg di tawarkan lebih beragam, unik, serta harga yang lebih murah di bandingkan dengan apa yang di Deumdee Cafe. Pemilik Cafe juga

memaparkan dengan jelas beberapa aduan / masukan / saran / dari konsumen maupun dari pegawai nya sendiri mengenai produk yang ada dan menjadi alasan beberapa pengunjung untuk membatalkan berkunjung ke Deumdee Cafe.

Hal ini juga di pengaruhi dengan perilaku dengan perilaku konsumen kalangan remaja yang kerap kali hanya mengikuti Trend Kuliner atau tempat yang sedang Hits atau sedang Viral, perilaku konsumen untuk mencari produk kuliner yang sedang hits dan lokasi / tempat yang baru sebagai pemuas kebutuhan eksistensi di sosial media menjadi sebuah permasalahan baru, sehingga banyak sekali pelanggan Deumdee Cafee yang beralih ke tempat atau Cafe yang mampu memenuhi kebutuhan tersebut.

Namun seiring dengan waktu Deumdee Cafee mulai kembali normal tentu dengan pergantian produk dan srategi baru Pemilik juga sering mengadakan evaluasi di tiap bulanyanya dengan rekan rekan pegawai membahas permasalahan permasalahan yang ada seperti produk yang kurang di minati ,sarana dan prasarana.

Dan ada reward untuk pegawai terbaik tiap 1 bulan sekali serta ada keinginan selaku owner Deumdee Cafe yaitu tiap 3 bulan sekali ada menu baru.

Kemampuan perusahaan dalam mendapatkan loyalitas pelanggan menjadi semakin tinggi, hal ini sangat berkaitan dengan erat dengan bagaimana perusahaan memperlakukan pelangganya agar tetap setia dengan produk dan jasa yang di tawarkan Fakta-fakta permasalahan yang di paparkan oleh pemilik Deumdee Cafe di atas merupakan permasalahan eksternal yang di dasarkan pada pengawasan pemilik Cafe selama menjalankan usahanya, dan adapun terdapat beberapa faktor lain secara teoritis yang mungkin terlewatkan dari analisa dan pengawasan pemilik Cafe yang menjadi penyebab perilaku dan sikap pelanggan seperti yang telah di jelaskan sebelumnya.

Untuk memperoleh data akurat mengenai kualitas produk tentu peneliti harus melakukan observasi lebih lanjut dengan melibatkan beberapa konsumen untuk memberikan tanggapan melalui wawancara. Kemudian peneliti mendapatkan informasi bahwa beberapa produk yang pernah di beli terkadang tidak sesuai dengan menu ,atapun pelayanan menurut konsumen kurang puas.

Hal ini senada dengan dengan pernyataan Lupiyodi (2011:58) dalam jurnal Nasional Vol.5, No. 2(2017) : JIM UPB “Menyatakan bahwa kualitas produk adalah hal yang perlu mendapatkan perhatian utama dari perusahaan / produsen, mengingat kualitas produk berkaitan dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang di lakukan oleh perusahaan.

Untuk memperoleh data akurat mengenai kualitas produk penulis menyadari harus melakukan observasi lebih lanjut dengan melibatkan beberapa konsumen untuk memberikan tanggapan melalui wawancara. Kemudian peneliti mendapatkan informasi bahwa beberapa produk yang pernah di beli oleh konsumen tidak sesuai dengan cita rasa yang di harapkan seperti produk makanan yang terlalu asin sering kali mengurangi cita rasa produk, kemudian kerap kali para konsumen/ pelanggan tidak menghabiskan makanan atau minuman nya di karnakan berbagai alasan seperti cita rasa kurang cocok atau sudah kenyang duluan.

Perilaku dan sikap yang di tunjukan konsumen tersebut semakin memperkuat duduk permasalahan yang di alami oleh Deumdee Cafe, hal ini tentu saja perlu mendapatkan perhatian khusus dari pemilik guna mengendalikan situasi seperti ini. Sikap konsumen tersebut dapat di identifikasikan sebagai sikap ketidak puasan terhadap kualitas produk yang di berikan oleh Deumdee Cafe yang tidak sebanding dengan yang di harapkan oleh konsumen, sedangkan dalam beberapa teori menyatakan bahwa kualitas produk akan memiliki keterkaitan terhadap

kepuasan pelanggan seperti pernyataan ini berikut ini :

Menurut (Kotler dan Keller (2009:138) yang di kutip dalam (Jurnal EMBA Vol,6 No.3(Juli 2018) Menyatakan bahwa Kepuasan Konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di persepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Berdasarkan pemaparan di atas, upaya untuk mendapatkan loyalitas pelanggan yang besar dan banyak bukanlah sesuatu hal yang mudah di lakukan, mengingat bahwa dalam mendapatkan loyalitas pelanggan merupakan salah satu tujuan dari pada kegiatan pemasaran, terlebih dalam masa persaingan antar pelaku usaha usaha Cafe dan sejenisnya di perlukan strategi, ide, dan gagasan yang lebih solutif, kreatif, dan inovatif. Terdapat beberapa simpulan dari fakta yang dapat di simpulkan dan di terapkan oleh perusahaan, salah satunya adalah dengan cara melakukan analisa identifikasi masalah-masalah yang ada , baik dari segi eksternal maupun internal. Pada kegiatan usaha nya Cafe Deumdee melalui pemiliknya telah melakukan beberapa pengamatan untuk menanggapi permasalahan yang ada, akan tetapi kurangnya pengetahuan dan pemahaman terutama pada bidang pemasaran menjadikan kegiatannya hanya terbatas pada fakta-fakta yang bersifat internal tanpa melakukan analisa dan pengamatan pada faktor eksternal Cafe itu sendiri. Oleh sebab itu, berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian terkait kualitas produk dan tingkat kepuasan pelanggan secara fokus dan mendalam tentang bagaimana penerapannya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah memakai metode Kuantitatif. Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini dapat di sebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode

ini sebagai metode ilmiah/ scientific karena telah memenuhi kaidah kaidah ilmiah yaitu konkrit/ empiris, objektif, terukur, rasional, sistematis, dan replicable/dapat di ulang. Metode ini juga di sebut metode konfirmatif, karena metode ini cocok di gunakan untuk pembuktian/konfirmasi. Metode ini di sebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono,2018:23).

Populasi menurut Sugiyono (2014:115) adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya”. Penentuan populasi harus dimulai dengan penentuan secara jelas mengenai populasi yang menjadi sasaran penelitian yang disebut populasi, sasaran yaitu yang akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian, apabila sebuah penelitian tersebut di keluarkan kesimpulannya. Maka dalam etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang telah ditentukan. Berdasarkan segi kesimpulan populasi tersebut maka yang akan menjadi populasi sasaran pada penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen yang berkunjung di Cafe Deumdee Rangkasbitung.

Sampel adalah contoh yang di ambil dari sebagian populasi yang dapat mewakili populasi. Sugiyono (2018:137) “sampel merupakan bagian jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut”. Berdasarkan perhitungan, maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Normalitas

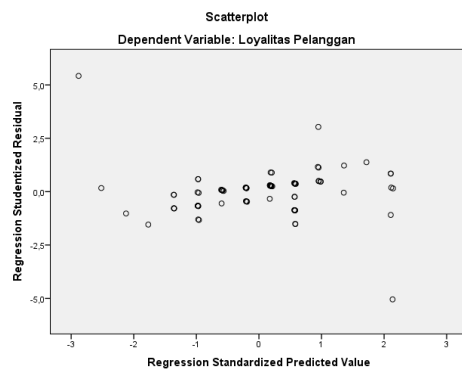
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Produk	Kepuasan Konsumen	Loyalitas Pelanggan
N		95	95	95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	14,52	13,86	18,16
	Std. Deviation	2,588	3,096	2,675
Most Extreme Differences	Absolute	,115	,124	,112
	Positive	,115	,124	,103
	Negative	-,111	-,107	-,112
Kolmogorov-Smirnov Z		1,118	1,213	1,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,164	,105	,188

Uji Normalitas dari ketiga variabel dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20. Dan dengan teknik Kolmogorov-

Smirnov. Kriteria uji normalitas ini yaitu jika nilai signifikan > 0,050 maka data berdistribusi normal dan jika nilai signifikan < dari 0,050 data distribusi itu tidak normal. Berdasarkan output pada tabel di ketahui bahwa nilai Asymp.sign(2-tailed) untuk Kualitas Produk (X1) sebesar 0,164 lebih besar dari 0,050, Kepuasan Konsumen (X2) sebesar 0,105 lebih besar dari 0,050 dan untuk Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 0,188 lebih besar dari 0,050 maka dapat di simpulkan bahwa data yang di gunakan berdistribusi normal..

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedasitas, karena jika di lihat dengan menggunakan metode scatterplot di ketahui bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan titik- titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 nol pada sumbu Y.

Uji Autokorelasi

Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson
1	1,917

- a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk
- b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai Durbin-Watson sebesar 1,917. Dimana DU (1,709) < DW (1,917) < 4- DU (2,291) yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Kualitas Produk	,821	1,218
Kepuasan Konsumen	,821	1,218

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki angka VIF < 0.10, yaitu untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 1,218 dan variabel Kepuasan Konsumen (X2) sebesar 1,218. Melihat hasil VIF pada semua variabel penelitian yaitu < 10, maka data data penelitian di golongankan tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresinya.

Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	6,027	,000
1 Kualitas Produk	11,808	,000
Kepuasan Konsumen	-,132	,895

Dalam penelitian ini tingkat signifikan yang di gunakan yaitu $\alpha = 0,05$ dengan t tabel = 1,985 Maka Hasil uji berpengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung $11,808 > t \text{ tabel } 1,985$ ($11,808 > 1,985$) dengan nilai sig ($0,000 < 0,05$), maka dapat di simpulkan bahwa H01 di tolak dan H1 di terima yang artinya variabel kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap variabel variabel loyalitas pelanggan (Y).

Hasil uji berpengaruh Kepuasan Konsumen terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung $-0,302 > t \text{ tabel } 1,985$ ($-0,302 < 1,985$) dengan nilai sig ($0,895 < 0,05$), maka dapat di simpulkan bahwa H01 di tolak dan H1 di tolak yang artinya variabel Kepuasan Konsumen (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel variabel loyalitas pelanggan (Y)..

Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	434,844	2	217,422	84,121	,000 ^b
1 Residual	237,788	92	2,585		
Total	672,632	94			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk

Hasil uji berpengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai f hitung $84,121 > f$ tabel $3,09$ ($84,121 > 3,09$) maka dapat di simpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 di terima yang artinya variabel kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap variabel variabel loyalitas pelanggan (Y). Dalam penelitian ini nilai signifikansinya adalah 5% atau 0,05. Sig ($0,000 < 0,05$), maka dapat di simpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_2 di terima artinya variabel kepuasan konsumen (X2) berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Deumdee Rangkasbitung

Hasil pengujian hipotesis pertama dengan dengan uji t hasilnya menunjukkan nilai t hitung $> t$ tabel. Hasil pengujian hipotesis pertama dengan uji t hasilnya menunjukkan nilai t hitung $> t$ tabel. Nilai t hitung $11,808$ dan t tabel sebesar $1,985$ ($11,808 > 1,985$). Sedangkan nilai signifikansinya sebesar $0,000$ dimana ($0,000 < 0,05$), maka dapat di simpulkan bahwa H_1 di terima yang artinya variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan pada Caffe Deumdee Rangkasbitung. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Reno Maulidio dan Anis Dwiastanti (2022) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Deumdee Rangkasbitung

Hasil pengujian hipotesis kedua dengan dengan uji t hasilnya menunjukkan nilai t hitung $> t$ tabel. Nilai t hitung. Hasil uji berpengaruh

Kepuasan Konsumen terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung $-0,302 > t$ tabel $1,985$ ($-0,302 < 1,985$) dengan nilai sig ($0,895 < 0,05$), maka dapat di simpulkan bahwa H_0 di tolak dan H_1 di tolak yang artinya variabel Kepuasan Konsumen (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel variabel loyalitas pelanggan (Y).

Pengaruh Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Cafe Deumdee Rangkasbitung

Hasil pengujian hipotesis ketiga dengan dengan uji f hasilnya menunjukkan nilai f hitung $> f$ tabel ($84,121 > 3,09$) dan nilai signifikansinya adalah 5% atau 0,05 sehingga dapat di simpulkan bahwa H_3 di terima yang artinya variabel kualitas produk dan kepuasan konsumen secara bersama sama berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan mengenai Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa Terdapat pengaruh terhadap variabel Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. Terdapat pengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Deumdee Rangkasbitung. Terdapat pengaruh terhadap variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Deumdee Rangkasbitung.

Daftar Pustaka

- Ainol Yakin, Muhammad Yahya Arief, dan Yudhistira Harisandi " Pengaruh Promosi, Keragaman Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Family Garden Di Kabupaten Situbondo" Jurnal Ekonomi dan Bisnis 20.1 (2021) 69-85
- Ajis Setiawan, Nurul Qamariah dan Haris Hermawan "Pengaruh Kualitas

- Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen" *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 9.2 (2019) 1-13
- Alvin Mariansyah dan Amirudin Syarif "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu" *Jurnal Ilmiah Bisnis Manajemen* 3.2 (2020) 1-13
- Anandhitya Bagus Arianto "Pengaruh Atribut Produk, Harga, Kebutuhan Mencari Variasi dan Ketidakpuasan Konsumen terhadap Keputusan Perpindahan Merek dari Samsung Galaxy Series di Kota Malang" *Jurnal Aplikasi Manajemen* 11.2 (2013) 1-12
- Arbi Ramadhan Komarudin dan Nurvita Trianisari "Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampak Loyalitas Pelanggan di Cafe Halaman Bandung" *Jurnal e-Prosiding Manajemen* 8.2 (2021) 1-7
- Basrah Saidani, Dwi Raga Ramadhan "Pengaruh Iklan dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (survei pada pelanggan itc roxy mas) 4.1 (2013) 53-73
- Dedek Kurniawan Gultom, muhammad Arif, dan Muhammad Fahmi "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan" *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3.2 (2020) : 1-10
- Dwi Aliyyah Apriyani Sunarti "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffe Shop* Sidoarjo) *Jurnal Administrasi Bisnis* 51.2 Oktober (2017) 1-7
- Etvin R, Tamher, Walter Tabelessy, Grace Tahapary "Atmosfer Cafe Pengaruh nya Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Cafe Pasir Putih di Kota Ambon" *Jurnal SOSOQ* 7.2 Agustus (2019) 97-112
- Imam Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate*.
- Jackson R.S Weenas "Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta" *Jurnal EMBA* 1.4 Desember (2013) 607-618
- Lilis Cucu Sumartini dan Dini Fajriany Ardining Tias "Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja" *Jurnal E-BIS* 3.2 (2019) 1-8
- Martina Anggarwati H dan Rosi Devi Yanti "Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kilat Khusus Mitra Korporat Kantor Pos Purwokerto" *Jurnal Ecoment Global : Kajian Bisnis dan Manajemen* 5.1. (2020) : 1-10
- Meithiana Indrasari. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*.
- Moh. Akhsanus Tsalatsa dan Tri Sudarwanto "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pasa Diskusi Kopi Cafe Gresik" *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9.3 (2021)
- Muhammad Rizal Afandi, Trias Setyowati dan Nur Saidah "Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember" *Jurnal Penelitian ipteks* 4.1 Januari (2019)
- Nadia Ika Purnama, Seprida Hanum Harahap, Dini Syahputri Siregar "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompo Gende Coffe" *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* 1.1 (2022) 1-7
- Nurafrina Siregar, and Hakim Fadillah. "Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk

- dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan." *Jurnal Manajemen Tools* 8.2 (2017): 1-10.
- Nurmin Arianto dan Sabta Ad Difa " Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property" *Jurnal Disrupsi Bisnis* 3.2 (2020) 1-12
- Purwoko, Bambang Pujo Dkk. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Lebak.
- RANGKASBITUNG" *Jurnal Of Management Of Studies* 6.2 (2019) : 1-14
- Reno Maulidio dan Anis Dwiastanti "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Amstirdam Coffe di Malang" *Jurnal Ilmu Sosial* 19.1 (2022) 1-11
- Rina Martiana dan Sheli Apriani " Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee
- Rosnaini Daga. 2017. *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*.
- Rudi Hartono dan Tiurniari Purba "Pengaruh Harga Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sugar Cafe Batam" *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* 5.2 Juni (2022) 1-9
- Shandy Widoyo Putro,Hatane Samuel, Ritzky Karina, dan Brahmana "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya" *Jurnal Manajemen Pemasaran* 2.1 (2014) 1-9
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis dan R&D*.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*.
- Yesi Triyuliarlita Amelia dan Koko Safitri "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Cafe Hangout Di Sampit" *Jurnal Ilmiah Manajemen* 12.1 Maret (2021)