



Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Kopi Rempah Bapak Ali di Sumberanyar Mlandingan terhadap Kepuasan Konsumen

Arini Hidayati¹, Lusy Endang Sri D^{2*}, Agusti³

¹⁻³ Pendidikan Ekonomi, Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan PGRI Situbondo, Indonesia

*Penulis Korespondensi: lusiendang@stkippgri-situbondo.ac.id²

Abstract. The coffee industry, particularly in Indonesia, is experiencing rapid growth, driven by increasing public interest in local products with unique flavors and distinctive tastes. The purpose of this study is to examine the interaction between innovation and product quality in influencing consumer satisfaction with spiced coffee products. With the rise of local coffee brands, particularly spiced coffee, understanding consumer satisfaction becomes crucial for maintaining competitive advantage. This study adopts a qualitative approach to explore consumer experiences, perceptions, and perspectives regarding the innovation and quality of Mr. Ali's spiced coffee products. The qualitative method allows for an in-depth exploration of social and cultural phenomena, providing valuable insights into how consumers perceive innovation and product quality. Through in-depth interviews and participant observations, the research reveals that consumers value the integration of unique flavors and high-quality ingredients in their coffee experience. The study concludes that there is a mutually reinforcing relationship between product innovation, product quality, and consumer satisfaction. Mr. Ali's spiced coffee products have successfully met customer expectations by introducing relevant innovations, using high-quality raw materials, and offering responsive and personalized customer service. These factors collectively contribute to enhanced consumer satisfaction, reinforcing the importance of continuous innovation in the coffee industry.

Keywords: Consumer Perception; Consumer Satisfaction; Indonesia; Innovation; Product Quality.

Abstrak. Industri kopi, khususnya di Indonesia, sedang mengalami pertumbuhan pesat, didorong oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap produk-produk lokal dengan cita rasa unik dan khas. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji interaksi antara inovasi dan kualitas produk dalam memengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk kopi rempah. Dengan maraknya merek-merek kopi lokal, khususnya kopi rempah, pemahaman tentang kepuasan konsumen menjadi krusial untuk mempertahankan keunggulan kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan perspektif konsumen terkait inovasi dan kualitas produk kopi rempah Bapak Ali. Metode kualitatif ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena sosial dan budaya, memberikan wawasan berharga tentang bagaimana konsumen memandang inovasi dan kualitas produk. Melalui wawancara mendalam dan observasi partisipan, penelitian ini mengungkapkan bahwa konsumen menghargai integrasi cita rasa unik dan bahan-bahan berkualitas tinggi dalam pengalaman menikmati kopi mereka. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang saling memperkuat antara inovasi produk, kualitas produk, dan kepuasan konsumen. Produk kopi rempah Bapak Ali telah berhasil memenuhi harapan pelanggan dengan memperkenalkan inovasi yang relevan, menggunakan bahan baku berkualitas tinggi, dan menawarkan layanan pelanggan yang responsif dan personal. Faktor-faktor ini secara kolektif berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen, memperkuat pentingnya inovasi berkelanjutan dalam industri kopi.

Kata Kunci: Indonesia; Inovasi; Kepuasan Konsumen; Kualitas Produk; Persepsi Konsumen.

1. PENDAHULUAN

Industri kopi Khususnya di Indonesia, Industri Kopi semakin berkembang seiring dengan minatnya masyarakat terhadap produk lokal yang memiliki rasa dan cita rasa yang khas. Kopi merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang sudah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi (Putra & Prasetyawati, 2021) Biji kopi umumnya diolah menjadi kopi bubuk. Produk kopi ini ditambah dengan rempah-rempah sehingga akan

menghasilkan produk kopi yang kaya akan antioksidan. Kopi banyak manfaatnya untuk kesehatan. Salah satunya ialah Produk Kopi Rempah Bapak Ali yang berasal dari Desa Sumberanyar tepatnya di Dusun Ranon Kecamatan Mlandingan Situbondo. Kopi ini dikenal dengan inovasi resep dan kualitasnya yang tinggi yang mampu menarik perhatian Konsumen baik dari daerah Sumberanyar ataupun di Luar daerah, Kopi Bapak Ali kaya akan manfaatnya untuk kesehatan produk ini sudah teruji dan aman untuk dikonsumsi dalam jangka panjang. Inovasi dalam proses pembuatan kopi rempah menjadi salah satu faktor utama yang membedakan produk kopi rempah Bapak Ali dengan produk kopi-kopi lainnya (Dianamurti & Damayanti, 2023). Inovasi ini mencakup penggunaan berbagai jenis rempah dan biji-bijian pilihan yang membuat rasa kopi ini istimewa dan rasanya yang unik, kopi ini tidak dilihat dari segi rasa saja tetapi kopi ini juga memiliki banyak manfaat untuk kesehatan salah satunya ialah untuk meredakan nyeri saat haid, sakit lutut, melancarkan peredaran darah dan masih banyak lagi. Saat ini sangat marak diproduksi kopi rendah kafein yang menyebabkan nilai ekonomi kopi rendah kafein lebih baik daripada kopi yang memiliki kandungan kafein tinggi.

Penambahan rempah-rempah pada minuman kopi dipercaya bisa menetralkan kandungan kafein dalam kopi. Inovasi kombinasi rempah pada kopi bertujuan untuk memperoleh aroma dan citarasa baru serta memperkaya khasiat kopi sehingga menjadi minuman fungsional bagi tubuh. Inovasi produk kopi rempah Bapak Ali tidak hanya terletak pada pemilihan komposisi rempah yang digunakan, tetapi juga pada cara pemrosesan dan penyajian yang memberikan pengalaman berbeda bagi konsumen (Tirtayasa, Lubis, & Khair, 2021). Bapak Ali sebagai pemilik usaha produk kopi rempah tersebut terus berinovasi dalam mengembangkan varian rasa serta menggunakan kualitas bahan baku yang diambil dari petani lokal maupun luar daerah. Inovasi ini memberikan nilai tambah yang membuat Produk ini semakin banyak diminati oleh masyarakat (Fadhilah & Cahya, 2022). Selain itu, kualitas produk kopi rempah Bapak Ali ini yang terjaga dengan baik yang berperan penting untuk menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menjadi Prioritas utama dalam menentukan keberhasilan suatu produk. Konsumen yang puas dengan produk ini cenderung akan menjadi pelanggan setia dan memberikan rekomendasi positif untuk orang lain, sehingga meningkatkan reputasi produk (Soetanto, Septina, & Febry, 2020).

Selain inovasi dan kualitas produk juga memegang peran yang sangat penting dalam keberhasilan pemasaran kopi rempah ini. Kualitas produk tidak hanya berkaitan dengan rasa tetapi juga mencakup faktor-faktor seperti kebersihan, kesegaran bahan baku, konsistensi produk dan kemasan yang menarik dan praktis. Meskipun demikian, pengaruh inovasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen belum sepenuhnya dipahami, terutama dalam

konteks kopi rempah bapak Ali (Nurlaela & ..., 2020) Oleh karena itu, sangat penting untuk melakukan penelitian lebih mendalam produk kopi rempah Bapak Ali mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap produk ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi dan kualitas produk kopi rempah Bapak ali terhadap kepuasan konsumen di Desa Sumberanyar, Mlandingan. Serta bagaimana kedua faktor tersebut saling berinteraksi dalam membentuk persepsi dari pengalaman Konsumen. kepuasan Konsumen merupakan salah satu indikator yang penting dalam menentukan keberhasilan suatu produk (Anggia, Wijayanti, & Ariyetti, 2023) kepuasan ini tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga dan rasa saja tetapi juga oleh faktor seperti kualitas produknya, pelayanannya dan inovasi yang ditawarkan oleh bapak Ali. Konsumen yang merasa puas dengan rasa kopi rempah Bapak Ali yang unik dan kualitas bahan baku yang digunakan kemungkinan akan kembali untuk membeli ulang produk tersebut dan menawarkan produk ini kepada keluarga terdekatnya maupun masyarakat luar daerah dan luar daerah. Meski produk kopi rempah Bapak Ali sudah memiliki banyak pelanggan setia, belum ada penelitian yang secara khusus yang membahas hubungan antara inovasi produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh kedua faktor tersebut yaitu inovasi dan kualitas terhadap kepuasan konsumen. dengan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, diharapkan Bapak Ali sebagai pemilik usaha kopi rempah tersebut dapat lebih efektif dalam merancang strategi pemasaran, pengembangan produk, dan peningkatan kualitas layanan (Woen & Santoso, 2021)

Pengaruh inovasi dan kualitas terhadap kepuasan konsumen juga menjadi faktor penting mengingat tingginya tingkat persaingan dalam industri kopi, baik ditingkat lokal maupun Nasional (Hasbullah & Muchtar, 2022) Saat ini, berbagai produsen kopi rempah baru bermunculan dengan berbagai varian produk yang menawarkan rasa yang serupa ini menjadi tantangan bagi Kopi Rempah Bapak Ali di Sumberanyar untuk tetap terus berinovasi dan menjaga kualitas produk agar tetap memuaskan konsumen dan bersaing dipasar yang semakin ketat. Penelitian ini akan menelaah lebih dalam mengenai cara bagaimana inovasi dalam pembuatan kopi rempah, baik dari komposisi, bahan baku, pengolahan, hingga penyajian produk. selain itu penelitian ini juga kan mengeksplorasi sejauh mana kualitas produk yang mencakup rasa, kesegaran, kemasan dan konsistensi (Anggraini & Alhempy, 2021). Pentingnya penelitian ini terletak pada kemampuan untuk memberi wawasan yang mendalam tentang hubungan antara inovasi, kualitas dan kepuasan Konsumen dalam industri kopi rempah, khususnya Produk kopi rempah Bapak Ali di Sumberanyar. Temuan dari Penelitian ini

diharapkan Bapak Ali dapat merancang produk yang lebih sesuai dengan harapan konsumen serta memperkuat posisinya di pasar.

2. KAJIAN TEORI

Pengertian Inovasi Produk

Inovasi produk merujuk pada pengembangan dan perbaikan produk yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta untuk meningkatkan daya saing dipasar (Fillayata & Mukaram, 2020). Inovasi produk adalah mutlak diperlukan sehingga bisa dikembangkan dengan memberikan banyak sekali manfaat dan dampak positif yang akan dirasakan. Produk yang mengalami inovasi akan mendapatkan apresiasi dari para pelanggan, sehingga mampu mendapatkan lebih banyak konsumen dan mendatangkan keuntungan yang berlipat (Hia, Ali, & Sumartyo, 2022). Menurut Kotler dan Keller (2016) Inovasi produk merupakan proses pengembangan dan pengenalan produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Inovasi dapat berupa penambahan fitur, perubahan desain, atau penggunaan teknologi baru yang membuat produk lebih menarik dan bernilai bagi konsumen. Inovasi produk merupakan salah satu yang penting bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsi-fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, ketepatan, serta atribut bernilai lainnya yang mampu memberikan hasil kinerja yang sesuai bahkan melebihi harapan pelanggan. Kualitas produk juga dapat diartikan sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk yang mampu memuaskan kebutuhan yang nyata atau tersirat.

Pengertian kualitas produk memiliki inti pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang bertujuan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Tidak hanya kualitas produk yang menjadikan perkembangan pasar tetapi ada juga keterampilan wirausaha yang membuat perkembangan pasar menjadi meningkat. Kualitas produk mencakup rasa yang konsisten, aroma rempah yang khas, bahan baku yang berkualitas tinggi, serta kemasan yang menarik dan higienis (Baihaky, Yogatama, & ..., 2022).

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2017), Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan mereka sebelumnya. Jika kinerja memenuhi atau melebihi

harapan, konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja dibawah harapan, konsumen akan merasa tidak puas.

Menurut pendapat Pauzy & sutrisna, (2021) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau *outcome* yang dirasakan dengan harapan-harapan terhadap suatu produk. Sedangkan menurut Cesariana et al., (2022) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah rangkuman keadaan psikologi yang dihasilkan kala emosi yang meluap dengan harapan tidak sesuai serta diperbanyak oleh perasaan yang tercipta mengenai konsumen yang telah pengalaman mengonsumsi. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dengan persepsi kinerja pasca pembelian.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang menciptakan gambaran kejadian yang diteliti secara deskriptif dan naratif. Sementara pendekatan kuantitatif merupakan pengukuran secara numerik berdasarkan kejadian yang sedang diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami pengalaman, persepsi, dan pandangan konsumen terhadap inovasi dan kualitas produk kopi rempah Bapak Ali. Pendekatan kualitatif ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam mengenai fenomena sosial dan budaya yang melibatkan konsumen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner/pemilik usaha, pelanggan tetap dan baru. Serta observasi lapangan dan dokumentasi, ditemukan bahwa produk kopi rempah Bapak Ali memiliki daya tarik tersendiri baik dari segi inovasi, kualitas, maupun kepuasan konsumen.

Inovasi Produk

Menurut Schumpeter (1934), Inovasi merupakan suatu pembaruan yang dilakukan oleh pelaku usaha guna menciptakan nilai tambah dalam produk maupun prosesnya. Inovasi dapat berupa perbaikan komposisi, pengemasan, penyajian, hingga strategi pemasaran.

Bapak Ali secara aktif melakukan inovasi kepada produknya, terutama dalam hal komposisi rempah, penyajian, dan pengemasan. Inovasi tersebut tidak hanya sebatas pada cita rasa, tetapi juga tampilan kemasan dan cara penyajian yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Salah satu contoh inovasi adalah kombinasi dengan rempah yang disesuaikan untuk menambah khasiat untuk kesehatan. Seperti meningkatkan daya tahan tubuh, pegal-pegal, dan juga menghangatkan badan.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa konsumen merasakan manfaat langsung dari rasa yang khas dan aroma rempahnya yang kuat. Inovasi ini meningkatkan daya saing produk ditengah banyaknya pilihan kopi dipasaran. Pelanggan baru maupun pelanggan tetap, tetap mengakui bahwa inovasi tersebut memberikan pengalaman berbeda dari produk kopi biasa, sehingga meningkatkan ketertarikan untuk membeli ulang.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler & Keller (2016), bahwa Inovasi produk yang berorientasi pada kebutuhan konsumen mampu meningkatkan kepuasan dan memperluas pasar secara berkelanjutan.

Kualitas Produk

Menurut Garvin (1987), kualitas produk dapat dilihat dari berbagai dimensi, seperti performa, fitur, keandalan, dan kesesuaian. Dalam konteks kopi Rempah Bapak Ali, kualitas produk ditentukan oleh, kualitas bahan baku, rempah dan biji kopi pilihan, proses produksi yang tradisional yang dijaga konsistennya, dan rasa yang khas, dan aroma rempah yang kuat.

Dari segi kualitas, Bapak Ali menekankan pentingnya pemilihan bahan baku yang berkualitas tinggi, terutama biji kopi dan rempah-rempah lokal yang diproses secara higienis. Proses produksi yang dilakukan secara manual namun konsisten menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi kestabilan kualitas rasa dan aroma produk.

Konsumen memberikan penilaian positif terhadap kualitas kopi rempah ini. Beberapa hal yang disukai konsumen antara lain rasanya yang khas, tidak terlalu pahit, serta aroma rempah yang menyenangkan. Namun demikian, terdapat juga kritik dari beberapa pelanggan mengenai variasi rasa yang kadang tidak konsisten, terutama ketika produksi dilakukan dalam jumlah besar.

Kepuasan Konsumen

Menurut teori kepuasan konsumen oleh Oliver (1980), kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi konsumen setelah menggunakan produk, dimana produk tersebut dianggap memenuhi atau melampaui harapan.

Hasil wawancara dengan pelanggan tetap menunjukkan bahwa sebagian besar merasa puas terhadap kopi rempah Bapak Ali. Kepuasan tersebut diperoleh dari kualitas rasa, harga yang terjangkau, manfaat kesehatan dan pelayanan yang ramah. Pelanggan baru pun menunjukkan minat yang tinggi untuk melakukan pembelian ulang setelah mencoba produk ini untuk pertama kali.

Dari segi pelayanan, pendekatan personal yang dilakukan oleh Bapak Ali kepada pelanggannya memberikan kesan yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa tidak hanya produk yang mempengaruhi kepuasan, tetapi juga hubungan interpersonal dan pelayanan yang

diberikan oleh pelaku usaha. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas produk merupakan dua faktor utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan (Kotler & Armstrong 2018).

Promosi dan Persepsi pasar

Meskipun usaha ini masih bersifat rumahan, strategi promosi yang dilakukan cukup efektif. Promosi dari mulut ke mulut, penggunaan media sosial, berkontribusi terhadap pertumbuhan konsumen. Kemasan yang informatif dan menarik juga membantu dalam membangun persepsi positif terhadap merek kopi rempah ini.

Persepsi pasar terhadap produk ini cenderung positif. Terutama karena menggabungkan aspek tradisional (rempah-rempah lokal) dengan produk modern (kemasan siap saji). Konsumen merasa bahwa produk ini tidak hanya minuman biasa, tetapi juga memiliki nilai kesehatan yang bermanfaat untuk tubuh.

Promosi ini berbentuk brand image yang kuat di kalangan konsumen lokal. Citra produk yang sehat, alami dan khas menjadi nilai tambah tersendiri. Hal ini sejalan dengan teori promosi menurut Lupiyadi (2013), yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif dan hubungan personal dengan konsumen mampu membangun kepercayaan dan persepsi positif terhadap produk.

Analisis Keseluruhan

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang saling menguatkan antara inovasi produk, kualitas produk, dan tingkat kepuasan konsumen. Produk kopi rempah Bapak Ali berhasil memenuhi ekspektasi pelanggan melalui inovasi yang relevan, kualitas bahan baku yang baik, serta pelayanan yang responsif dan personal.

Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan produk berbasis keunggulan lokal dan pendekatan langsung kepada pelanggan memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing UMKM, khususnya di bidang minuman herbal/kopi khas tradisional.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Kopi Rempah Bapak Ali di Sumberanyar Mlandingan Terhadap Kepuasan Konsumen”, dapat disimpulkan bahwa: (1) Usaha kopi rempah Bapak Ali telah memiliki nilai inovatif yang ditunjukkan melalui pengembangan resep berbahan rempah tradisional, pengemasan yang lebih menarik, serta metode produksi yang praktis untuk memudahkan konsumen. Inovasi tersebut memberikan nilai tambah terhadap produk dan berhasil menarik minat konsumen baik yang lama maupun baru. (2) Kualitas produk kopi rempah dijaga secara konsisten oleh pemilik

usaha melalui pemilihan bahan baku berkualitas, menjaga kebersihan proses produksi, dan memperhatikan takaran rempah yang digunakan meskipun terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi rasa, secara umum konsumen merasa puas terhadap cita rasa dan manfaat kesehatan yang dihasilkan dari produk kopi rempah ini. (3) Kepuasan konsumen tergolong tinggi, baik dari pelanggan tetap maupun pelanggan baru. Hal ini dapat dilihat dari frekuensi pembelian ulang. Tanggapan positif terhadap rasa dan kemasan, serta keinginan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain. Faktor utama yang memengaruhi kepuasan tersebut adalah rasa yang unik. Manfaat kesehatan, dan pelayanan personal dari pemilik usaha. (4) Strategi promosi yang dilakukan masih bersifat sederhana, namun cukup efektif. Media sosial, promosi dari mulut ke mulut, dan pemberian sampel menjadi saluran utama dalam memperluas pasar. Promosi tersebut berperan penting dalam membangun citra positif produk di mata masyarakat. (5) Produk kopi rempah Bapak Ali telah mengantongi izin resmi dari Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan Kabupaten Situbondo, yang menambah kepercayaan konsumen terhadap legalitas produk dan juga keamanan produk.

Saran

Bagi Pemilik Usaha, Bapak Ali disarankan untuk terus melakukan inovasi baik dari sisi produk maupun kemasan. Serta menjaga konsistensi kualitas guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen. Perlu memperluas strategi pemasaran, seperti membuat akun media khusus produk dan mengikuti pelatihan branding UMKM.

Bagi Konsumen, Untuk konsumen diharapkan tetap memberikan masukan agar produk semakin berkembang sesuai dengan kebutuhan pasar. Untuk konsumen dapat membantu mempromosikan produk melalui testimoni di media sosial untuk mendukung pelaku UMKM lokal.

Untuk peneliti selanjutnya, Untuk peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara statistik hubungan antara inovasi, kualitas dan kepuasan konsumen. Penelitian lanjutan dapat memperdalam aspek lain seperti loyalitas pelanggan dan strategi pengembangan pasar produk lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggia, M., Wijayanti, R., & Ariyetti, A. (2023). Analisis sensori terhadap minuman kopi celup rempah yang disukai panelis. *Gontor Agrotech Science Journal*, 8(3). <https://doi.org/10.21111/agrotech.v8i3.9439>
- Anggraini, N., & Alhempy, R. R. (2021). Analisis kepuasan konsumen PT Hawaii Holiday Hotel Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Penelitian*. Retrieved from <https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIP/article/view/367>

- Asmoro, A. A. (2021). Hubungan inovasi produk makanan terhadap minat beli masyarakat di Gresik. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/11823>
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p55-64>
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & ... (2022). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Tokkebi Snacks Malang. *JISOS: Jurnal Ilmu* Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- Dianamurti, I. T., & Damayanti, D. (2023). Harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen di Matahari Plaza Ambarrukmo Yogyakarta yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.24269/asset.v6i1.7336>
- Fadhilah, M., & Cahya, A. D. (2022). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, lokasi, dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dengan word of mouth sebagai *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan*
- Fajrina, F. N. (2023). Pengaruh inovasi produk, desain produk, dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing pada produk Maybelline di Yogyakarta. *dspace.uui.ac.id*. Retrieved from <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/43341>
- Fillayata, V. E., & Mukaram, M. (2020). Pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen (Studi pada Road Café Steak & Pasta Bandung). *Prosiding Industrial Research* Retrieved from <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2150>
- Hasbullah, H., & Muchtar, M. (2022). Pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*.
- Hia, A. M., Ali, H., & Sumartyo, F. D. S. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan: Analisis kualitas pelayanan, inovasi produk, dan kepuasan konsumen (Literature Review). *Jurnal Ilmu Multidisplin*. Retrieved from <https://greenpub.org/JIM/article/view/48>
- Jauhari, I. (2020). Pengaruh diferensiasi produk, ekuitas merek, dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. Retrieved from <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/ekbis/article/view/2592>
<https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i3.2592>
- Kasih, A. T., Dewi, N. A. S., Budiayati, A. P. K., & ... (2023). Pengaruh kemasan, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Mixue. *STIE Widya Wiwaha* Retrieved from <http://eprint.stieww.ac.id/2066/1/Prosiding%20Seminar%20Nasional%20Full.pdf#page=7> <https://doi.org/10.32477/semnas.v1i1.654>
- Lorensa, E., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh inovasi produk, orientasi pasar, dan media sosial terhadap kinerja UMKM fashion. *Jurnal Manajerial Dan* Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/d07f/f3237b922c4e4f68320c2ffd1dc74ca8eaf8.pdf>
<https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19768>
- Nurlaela, A. R., & ... (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang produk Scarlett di e-commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen* Retrieved from <http://repository.unsada.ac.id/id/eprint/2370>
- Pebriani, W., & Busyra, N. (2023). Pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen di era new normal. *Jurnal EMT KITA*. Retrieved from

<https://www.journal.lembagakita.org/emt/article/view/739>
<https://doi.org/10.35870/emt.v7i1.739>

- Putra, D. R., & Prasetyawati, Y. R. (2021). Pengaruh green product terhadap minat beli ulang konsumen melalui green advertising (Studi terhadap konsumen Starbucks). *Jurnal Manajemen* Retrieved from <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/23665>
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.69-74>
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh digital marketing dan inovasi produk terhadap pendapatan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi ...)*. Retrieved from <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/915>
<https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>
- Quintania, M., & Sasmita, S. (2020). Pengaruh desain dan inovasi produk terhadap kepuasan konsumen dan dampaknya pada loyalitas konsumen (Studi kasus pada konsumen Lipstik Wardah Kosmetik Jabodetabek). *Media Ekonomi*, 20(1), 26. <https://doi.org/10.30595/medek.v20i1.9491>
- Retnowati, E., Mardikaningsih, R., & ... (2021). Pengaruh pencapaian kepuasan konsumen rumah makan berdasarkan kesan kualitas produksi dan harga. *Jesya (Jurnal ...)*. Retrieved from <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/589>
- Setyawati, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. *Inovasi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh kualitas produk dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk Amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal ...*. Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1303>
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sumadi, S., Tho'in, M., Efendi, T. F., & ... (2021). Pengaruh strategi pemasaran syariah, kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen (Studi kasus pada Naughti Hijab Store). *Jurnal Ilmiah Ekonomi ...*. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/2562>
<https://doi.org/10.29040/jiei.v7i2.2562>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis* Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/3a50/70aec425ce8ed5ba37ff9fde8a64a26938e7.pdf>
<https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Waha, K., Kindangen, P., & Wenas, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, inovasi produk, dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada Starbucks Drive Thru Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(1). <https://doi.org/10.35794/emba.v11i1.44590>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, promosi, dan harga normal terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen* Retrieved from <https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/view/712>
<https://doi.org/10.30588/jmp.v10i2.712>