



Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara

Aditya Ahmad Maulana¹, Hadita²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi

Email: 202110325320@mhs.ubharajaya.ac.id , hadita@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract: *This journal aims to investigate how service quality and product quality at the Tuku Coffee Shop, North Bekasi, influence customer satisfaction. With a friendly approach, we explore the extent to which service and product quality contribute to positive customer experiences, and how this can increase the level of customer satisfaction. With a focus on warm interactions and the enjoyment of coffee, this research is expected to provide insight into the factors that form a positive relationship between customers and the Tuku Coffee Shop in North Bekasi. Since the emergence of the coffee industry in Indonesia, the Tuku Coffee Shop in North Bekasi has become an inevitable destination for coffee lovers who appreciate authentic taste and a warm atmosphere. The customer experience at the Tuku Coffee Shop in North Bekasi does not just involve drinking a cup of coffee, it actually involves elements that create unforgettable memories. Customer satisfaction is not only a measure of service quality, but also the main pillar that influences the continuity and growth of a business.*

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*

Abstrak: Jurnal Ini Bertujuan Untuk Menyelidiki Bagaimana Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara, Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Dengan Pendekatan Yang Ramah Kami Mengeksplorasi Sejauh Mana Kualitas pelayanan Dan Produk Berkontribusi Terhadap Pengalaman Positif Pelanggan, dan bagaimana hal ini dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan Fokus Pada Interaksi Hangat Dan Kenikmatan Kopi, Penelitian Ini Diharapkan Memberikan Wawasan Tentang Faktor-Faktor yang membentuk hubungan positif antara pelanggan dan Toko Kopi Tuku yang berada di Bekasi utara ini. Sejak Munculnya industri kopi di Indonesia, Toko Kopi tuku di Bekasi utara telah menjadi destinasi yang tak terhindarkan bagi para pecinta kopi yang menghargai cita rasa yang otentik dan atmosfer yang hangat. Pengalaman pelanggan di Toko Kopi tuku Bekasi utara ini tidak hanya mencakup sekedar meminum secangkir kopi saja, ia justru Melibatkan unsur-unsur yang menciptakan kenangan yang tak terlupakan. Kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi ukuran kualitas layanan, tetapi juga pilar utama yang mempengaruhi kelangsungan dan pertumbuhan suatu bisnis.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Toko Kopi Tuku Di Bekasi utara telah menjadi case bagi para pecinta kopi. Di Tengah persaingan yang semakin sengit, pemahaman mendalam mengenai kualitas pelayanan dan produk telah menjadi kunci untuk memahami kepuasan pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar. Toko Kopi tuku Bekasi utara ini juga tempat bersantai dan bercengkrama, telah menjadi bagian yang tidak bisa di pisahkan dari kehidupan sehari-hari warga Bekasi utara ini.

Di tengah marak industri kopi, Toko kopi tuku di Bekasi utara ini memancarkan daya Tarik unik dengan menawarkan kombinasi antara kualitas pelayanan yang hangat dan produk kopi yang memikat. Menjelang pesatnya perkembangan toko kopi tuku di Indonesia, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menjadi semakin penting. Berdasarkan pemahaman yang mendalam terhadap toko kopi tuku, perlu

mengungkap terhadap pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Seiring dengan perkembangan industri kuliner, bisnis kafe dan warung kopi menjadi salah satu sektor yang terus mengalami pertumbuhan pesat. Di tengah persaingan yang semakin ketat, pemilik toko kopi perlu memahami bahwa kualitas produk dan pelayanan adalah faktor kunci yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Saputra, Mahaputra, et al., 2023). Salah satu toko kopi yang menjadi pusat perhatian adalah Toko Kopi Tuku di Bekasi Utara. Bekasi Utara, sebagai bagian dari wilayah metropolitan Jakarta, memiliki populasi yang beragam dan padat. Dalam konteks ini, Toko Kopi Tuku di Bekasi Utara bertujuan untuk memberikan pengalaman unik dan memuaskan bagi para pelanggannya. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis mendalam terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di toko kopi ini.

Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan dua aspek yang saling terkait erat dalam industri layanan seperti toko kopi (Hamdan et al., 2023). Kualitas produk mencakup cita rasa kopi, variasi menu, dan keberlanjutan produk, sedangkan kualitas pelayanan melibatkan interaksi antara pelanggan dan staf, waktu pelayanan, dan keberlanjutan pelayanan (Nofrialdi et al., 2023). Dalam konteks ini, pemahaman yang baik terhadap preferensi pelanggan terhadap kualitas produk dan pelayanan dapat menjadi landasan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis Toko Kopi Tuku di Bekasi Utara. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi kepada pemilik bisnis kafe dan warung kopi lainnya dengan memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan performa bisnis secara keseluruhan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi Toko Kopi Tuku secara spesifik, tetapi juga bagi pemilik bisnis kafe lainnya di Bekasi Utara maupun wilayah sekitarnya.

Kopi Tuku di Bekasi Utara bukan sekadar destinasi bagi pecinta kopi; itu adalah pangkalan bagi pengalaman hangat yang tak terlupakan. Dengan popularitas yang terus meningkat di tengah persaingan industri kopi yang semakin ketat, penting untuk memahami sejauh mana kualitas pelayanan dan kualitas produk di Warung Kopi Tuku berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Pendekatan ini bukan hanya untuk memahami bagaimana warung kopi menciptakan hubungan yang akrab dengan pelanggannya tetapi juga untuk mengeksplorasi sejauh mana kualitas pelayanan yang hangat dan kualitas produk yang luar biasa dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan kepuasan mereka secara keseluruhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk mencakup karakteristik fisik, estetika, dan fungsionalitas suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2012), kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas produk merupakan karakteristik dan atribut suatu produk yang memengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan dan harapan konsumen (Khaira et al., 2022). Kualitas produk mencakup dimensi fisik, fungsional, dan estetika yang membentuk persepsi pelanggan (Jumawan, Hadita, et al., 2023).

Dimensi Kualitas Produk

- 1) Karakteristik Fisik: Termasuk aspek estetika, kekuatan, dan daya tahan fisik produk.
- 2) Kinerja Produk: Menilai sejauh mana produk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan dalam hal fungsi dan kinerja.
- 3) Keandalan Produk: Konsistensi produk dalam memberikan hasil yang diharapkan tanpa adanya kegagalan. Fitur Produk: Unik, inovatif, atau tambahan fitur yang membedakan produk dari yang lain.

Pentingnya Kualitas Produk

Menurut (Hadita et al., 2020), kualitas produk yang tinggi menjadi faktor kunci dalam menciptakan nilai bagi pelanggan. Kualitas produk yang baik tidak hanya memenuhi harapan pelanggan tetapi juga dapat menciptakan loyalitas dan kepuasan jangka Panjang (Soesanto et al., 2023b). Loyalitas Pelanggan: Kualitas produk yang tinggi dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan (Oliver, 2014). Pengaruh Pembelian Ulang: Pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang jika produk memenuhi atau melebihi harapan mereka (Zeithaml et al., 2006).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan melibatkan bagaimana organisasi memberikan layanan kepada pelanggan. Menurut Parasuraman et al. (1985), kualitas pelayanan adalah perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima. Parasuraman et al. (1985) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan terhadap layanan yang diinginkan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima (Jumawan, Saputra, et al., 2023). Dimensi kualitas pelayanan, seperti tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, membentuk dasar pemahaman ini (Widjanarko, Saputra, et al., 2023).

Dimensi Kualitas Pelayanan (Model SERVQUAL)

Model SERVQUAL merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan dengan mengidentifikasi perbedaan antara harapan dan persepsi pelanggan pada lima dimensi kualitas pelayanan (Parasuraman et al., 1988).

- 1) Tangibles: Penampilan fisik fasilitas, personel, dan materi (Soesanto et al., 2023a).
- 2) Reliability: Kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat.
- 3) Responsiveness: Kesiapan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan dengan cepat.
- 4) Assurance: Kepercayaan dan keyakinan bahwa staf mampu memberikan layanan dengan kompeten.
- 5) Empathy: Kemampuan untuk memahami dan merespons perasaan pelanggan.

Pentingnya Kualitas Pelayanan

Pertahankan Pelanggan: Kualitas pelayanan yang baik dapat membantu organisasi mempertahankan dan memperoleh pelanggan baru (Grönroos, 2007). Reputasi Perusahaan: Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi citra dan reputasi perusahaan (Berry et al., 2002).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi positif atau negatif dari hasil pengalaman pelanggan dengan produk atau layanan (Oliver, 1980). Kepuasan pelanggan melibatkan perbandingan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual. Kepuasan pelanggan mencerminkan tingkat kepuasan dan keinginan pelanggan setelah mengalami produk atau layanan (Ali et al., 2023). Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui perbandingan antara harapan dan pengalaman aktual pelanggan (Saputra & Sumantyo, 2023).

Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan

- 1) Kualitas Produk dan Pelayanan: Kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan persepsi mereka terhadap kualitas produk dan pelayanan (Anderson & Sullivan, 1993).
- 2) Harga yang Adil: Harga yang dianggap adil oleh pelanggan juga berkontribusi pada kepuasan mereka (Zeithaml, 1988).
- 3) Komunikasi Efektif: Komunikasi yang baik dari perusahaan dapat meningkatkan pemahaman dan kepuasan pelanggan (Babin & Boles, 1996).

Dampak Kepuasan Pelanggan

- 1) Loyalitas Pelanggan: Kepuasan pelanggan yang tinggi sering kali terkait dengan loyalitas dan retensi pelanggan (Reichheld, 1996).

- 2) Rekomendasi Positif: Pelanggan yang puas cenderung memberikan rekomendasi positif kepada orang lain (Hennig-Thurau et al., 2002).

Kerangka Berpikir

Kualitas Produk:

Eksplorasi dimensi fisik, fungsional, dan estetika produk melalui pandangan pelanggan (Saputra, Ali, et al., 2023).

Peran kualitas produk dalam menciptakan pengalaman positif.

Kualitas Pelayanan:

Analisis dimensi-dimensi kualitas pelayanan (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) dari perspektif pelanggan. Identifikasi momen-momen kritis selama interaksi dengan staf atau proses pelayanan.

Kepuasan Pelanggan:

Penelusuran faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dari sudut pandang pengalaman nyata. Pemahaman konteks spesifik yang menciptakan kepuasan pelanggan di Toko Kopi Tuku.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian yang saya Gunakan Ini Menggunakan Metode Kualitatif Yaitu Metode yang merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena dengan mendalam dan kontekstual. Pendekatan ini fokus pada interpretasi makna, konstruksi sosial, dan konteks subjektif dari suatu kejadian atau fenomena. Metode kualitatif melibatkan pengumpulan dan analisis data non-angka, seperti wawancara, observasi, atau analisis dokumen, untuk mengungkap pemahaman yang mendalam tentang aspek-aspek tertentu dari realitas social (Widjanarko, Hadita, et al., 2023). Penelitian menggunakan sumber data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung melalui kegiatan wawancara dengan pemilik toko Kopi Tuku Bekasi Utara dan data sekunder yaitu data yang digunakan sebagai referensi. Pendekatan yang dilakukannya dalam wawancara tersebut itu dengan mencatat, dan mendeskripsikan tempat yang menjadi objek penelitian ini di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara Product, Price, Place, Promotion

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Produk:

Temuan menunjukkan bahwa kualitas produk di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara dinilai tinggi oleh sebagian besar pelanggan. Faktor seperti keunikan rasa, aroma yang khas, dan

konsistensi kualitas menjadi elemen utama yang memberikan pengalaman positif kepada pelanggan.

Rasa dan Aroma:

Mengeksplorasi bagaimana pelanggan mendeskripsikan rasa dan aroma kopi Tuku. Apakah mereka mengaitkan karakteristik kopi dengan kata-kata tertentu? Bagaimana pengalaman sensorik ini memengaruhi kepuasan mereka?

Asal-Usul dan Kualitas Bahan Baku:

Menyelidiki sejauh mana pengetahuan pelanggan tentang asal-usul biji kopi dan proses produksi memengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas produk. Apakah mereka menilai kopi Tuku berdasarkan aspek-aspek ini?

Inovasi dan Unikness:

Menganalisis apakah pelanggan menganggap produk kopi Tuku sebagai inovatif atau unik dalam konteks pasar kopi. Bagaimana keunikan produk tersebut membedakannya dari yang lain?

Konsistensi Kualitas:

Meneliti pandangan pelanggan tentang konsistensi kualitas produk dari waktu ke waktu. Apakah mereka merasa bahwa setiap kali mereka memesan, kualitasnya konsisten?

Kemasan dan Presentasi:

Mengevaluasi persepsi pelanggan terhadap kemasan produk dan presentasi kopi Tuku. Sejauh mana elemen-elemen ini berkontribusi pada kesan kualitas?

Pengaruh Merek dan Reputasi:

Mengeksplorasi sejauh mana merek dan reputasi kopi Tuku memainkan peran dalam persepsi pelanggan terhadap kualitas produk. Apakah reputasi merek menciptakan ekspektasi tertentu?

Respons Terhadap Perubahan Produk:

Meneliti respons pelanggan terhadap perubahan dalam produk, seperti penambahan menu baru atau perubahan formulasi. Bagaimana perubahan ini memengaruhi persepsi kualitas?

Feedback Pelanggan:

Menganalisis feedback pelanggan yang mungkin terdokumentasi, baik melalui media sosial, ulasan online, atau saluran umpan balik lainnya. Apakah ada tren umpan balik yang menunjukkan tren tertentu terkait kualitas produk

Kualitas Pelayanan:

Kualitas pelayanan diidentifikasi sebagai faktor penting yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Responsifnya staf, keakraban, dan kemampuan memberikan rekomendasi yang sesuai dengan preferensi pelanggan menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan.

Interaksi dengan Staf:

Melibatkan pelanggan untuk berbicara tentang pengalaman interaksi mereka dengan staf kafe, termasuk responsivitas, keramahan, dan efektivitas dalam menangani pertanyaan atau permintaan.

Proses Pemesanan dan Penyajian:

Mendetaili pengalaman pelanggan sepanjang proses pemesanan dan penyajian, termasuk kejelasan menu, efisiensi proses, dan keterampilan barista dalam menyajikan kopi.

Ketersediaan Informasi Produk:

Mengeksplorasi sejauh mana pelanggan merasa bahwa mereka memiliki informasi yang cukup tentang produk, ketersediaan menu, dan apakah staf memberikan penjelasan yang memadai.

Kenyamanan dan Suasana:

Menilai persepsi pelanggan terhadap kenyamanan tempat, suasana kafe, dan sejauh mana faktor-faktor ini berkontribusi pada pengalaman keseluruhan.

Resolusi Masalah:

Menyelidiki bagaimana staf menangani keluhan atau masalah yang mungkin timbul, dan sejauh mana pelanggan merasa puas dengan resolusi tersebut.

Pengetahuan dan Kesiediaan Memberikan Rekomendasi:

Menggali pengetahuan staf tentang produk dan sejauh mana mereka bersedia memberikan rekomendasi berdasarkan preferensi pelanggan.

Hubungan dengan Pelanggan Tetap:

Menyelidiki apakah pelanggan merasa bahwa staf mengenali mereka, memahami preferensi mereka, dan memberikan pengalaman yang personal.

Faktor-Faktor Lain yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan:

Mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dianggap penting oleh pelanggan dalam menilai kualitas pelayanan, seperti waktu tunggu, kebersihan, atau inisiatif staf.

Kepuasan Pelanggan:

Ditemukan bahwa kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan harmonisasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan. Pelanggan yang merasakan keseimbangan yang baik antara kedua aspek tersebut cenderung lebih puas dan cenderung menjadi pelanggan setia.

PEMBAHASAN:

Interaksi Kualitas Produk dan Pelayanan:

Dalam diskusi, terlihat bahwa interaksi antara kualitas produk dan pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap persepsi pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi dapat meningkatkan kepuasan, tetapi pelayanan yang baik juga menjadi penentu penting.

Faktor Psikologis Pelanggan:

Temuan menunjukkan bahwa faktor psikologis pelanggan, seperti ekspektasi dan persepsi, memainkan peran krusial dalam membentuk kepuasan. Adanya harapan yang terpenuhi atau bahkan terlampaui dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Implikasi Manajerial:

Hasil penelitian memberikan implikasi manajerial yang berharga bagi pemilik atau manajer Toko Kopi Tuku Bekasi Utara. Mereka dapat fokus pada pengembangan staf yang responsif, pelatihan untuk meningkatkan keterampilan dalam memberikan pelayanan, dan pemeliharaan kualitas produk yang konsisten.

Keterbatasan Penelitian:

Pengaruh Variabel Eksternal:

Keterbatasan penelitian melibatkan pengaruh variabel eksternal, seperti tren pasar atau faktor ekonomi, yang mungkin memengaruhi persepsi pelanggan dan kepuasan mereka.

Umur dan Diversitas Pelanggan:

Diketahui bahwa umur dan diversitas pelanggan dapat memengaruhi pandangan mereka; oleh karena itu, temuan ini dapat dibatasi oleh kelompok usia dan karakteristik tertentu

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggali pemahaman mendalam tentang bagaimana kualitas produk dan kualitas pelayanan memengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara melalui pendekatan kualitatif. Hasil penelitian memberikan sejumlah temuan dan kesimpulan yang relevan dalam konteks toko kopi ini. Penelitian ini menegaskan bahwa pengelolaan keseimbangan antara kualitas produk dan pelayanan menjadi kunci dalam menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara. Temuan ini memberikan dasar bagi pengambilan keputusan strategis dan pengembangan model konseptual baru di bidang ini, serta memberikan panduan bagi praktisi manajemen dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan mencapai kepuasan yang berkelanjutan. Dan Berikut ini kesimpulan yang singkat di bawah ini:

- 1) Kualitas Produk dan Pelayanan Tinggi: Temuan menunjukkan bahwa kualitas produk di Toko Kopi Tuku Bekasi Utara dinilai tinggi oleh pelanggan. Rasa kopi yang unik, aroma khas, dan konsistensi kualitas menjadi elemen-elemen utama yang memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Di sisi lain, kualitas pelayanan, termasuk responsifnya staf, keakraban, dan kemampuan memberikan rekomendasi, juga dinilai positif oleh pelanggan.
- 2) Interaksi Kualitas Produk dan Pelayanan: Dalam pembahasan, ditemukan bahwa interaksi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi pelanggan. Pengalaman pelanggan menjadi lebih berkesan ketika keseimbangan antara kedua aspek ini tercapai dengan baik. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas produk yang tinggi tidak dapat dipisahkan dari pelayanan yang responsif dan berkualitas.
- 3) Peran Faktor Psikologis Pelanggan: Faktor psikologis pelanggan, seperti ekspektasi dan persepsi, memainkan peran krusial dalam membentuk kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung lebih puas ketika harapan mereka terpenuhi atau bahkan terlampaui. Oleh karena itu, pengelolaan harapan pelanggan dan penciptaan pengalaman positif sangat penting.
- 4) Implikasi Manajerial: Hasil penelitian memberikan implikasi manajerial yang berharga bagi pemilik atau manajer Toko Kopi Tuku Bekasi Utara. Rekomendasi melibatkan peningkatan pelatihan karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan pemeliharaan kualitas produk yang konsisten. Sistem umpan balik pelanggan yang terstruktur juga direkomendasikan sebagai alat untuk memahami terus-menerus harapan dan kebutuhan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., Mahaputra, M. R., Saputra, F., Mahaputra, M. R., Maharani, A., Nofrialdi, R., Saputra, E. B., Yandi, A., & Satriawan, N. (2023). Influence of Brand Image: Analysis of Purchase Decision and Author Loyalty (Study on Dinasti International Journal of Management Science). *Migration Letters*, 20(6), 676–682.
- Cynthia, V., & Arifiansyah, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi Tuku Grand Galaxy Bekasi. *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 712-721.
- Hadita, Widjanarko, W., & Hafizah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), 261–268. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>
- Hamdan, H., Ali, H., Mahaputra, M. R., Marlapa, E., Maharani, A., Mahaputra, M. R., Saputra, E. B., Satriawan, N., Nofrialdi, R., Setiawan, H. A., Yandi, A., Gupron, G., & Saputra, F. (2023). *INDONESIAN ONLINE SHOPPING PERSPECTIVE: RELATIONSHIP*

- E-SATISFACTION, E-COMMITMENT, E-WOM AND E-REPURCHASE INTENTION. *International Journal of Professional Business Review*, 8(9), 1–26.
- Iresanti, A. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Drive Thru Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: Kedai Jokopi Merr Surabaya)* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur)
- Ismail, Taupik dan Ramayani Yusuf. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA*, No. ISSN 2541-5255, Vol. 5, No.3, tahun 2021, hal 413-423. Bandung : Politeknik Piksi Ganesha Bandung.
- Jumawan, J., Hadita, H., & Widjanarko, W. (2023). Strategy Organization Development : Analysis Competence , Work Environment , and Leader Style. *Proceeding Medan International Conference Economics and Business*, 1(January), 667–674.
- Jumawan, J., Saputra, F., & Prabowo, P. B. (2023). Determinasi Pelatihan Florist dan Kualitas Pelayanan Kewirausahaan Pada Kejutbypugo Kota Bekasi. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(4), 216–227.
- Kencanawati, M. S., Anggraini, R., Tesniwati, R., & Putranto, M. R. (2023). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, fasilitas dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 4(1), 6-12.
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman. *JAMAN: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30.
- Nabilah, D. M. J., Ryandi, P. A., Frediansyah, R., & Wachdijono, W. (2023). The Influence Of Prices, Baristas, Products, And Store Atmosphere On Sustainability Coffee Shop Business In The Lowlands. *Journal of Social Science (JoSS)*, 2(11), 1027-1044.
- Navila, V., & Ambardi, A. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Produk Kopi Gayo Aceh Di Coffee Shop Tuku Cipete. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(4), 292-302.
- Nofrialdi, R., Saputra, E. B., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Internet of Things: Analisis Efektivitas Kerja , Perilaku Individu dan Supply Chain. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(1), 1–13. <https://dinastires.org/JPKN/article/view/111/104>.
- Nursal, M. F. (2023). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND LOCATION ON BUYER SATISFACTION AT COFFEE NAKO TOURIST CITY. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 19(2), 168-176.
- Quraniah, S. A., & Mayasari, I. (2021). Analisis Penerapan Customer Relationship Management Pada Website dan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Shopee, Toko Kopi Tuku, Zalora, dan PT. Tirta Investama (Aqua). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Madani*, 3(1), 1-19.
- Sabilla, T. (2022). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN TOKO KOPI TUKU JAKARTA)* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Saptika, F. J. *Strategi pemasaran coffee shop setetes kopi dalam kondisi new*

normal (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

- Saputra, F., Ali, H., & Mahaputra, M. R. (2023). Peran Ingredients, Influencer Review dan Live Streaming Marketing terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Skincare Varian Mugwort. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial (JKIS)*, 1(3), 141–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jkis.v1i3>
- Saputra, F., Mahaputra, M. R., & Maharani, A. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(1), 42–53.
- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen: Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Tiket MPL Mobile Legend di Aplikasi Blibli.com. *Cuan: Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 98–105.
- Sari, J. P. M. (2023). *PENGARUH BRAND AWARENESS, VARIASI PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA COFFEE SHOP TUKU CABANG CIPETE JAKARTA SELATAN* (Doctoral dissertation, Universitas Nasional).
- Soesanto, E., Saputra, F., Puspitasari, D., & Danaya, B. P. (2023a). Analisis Sistem Manajemen Sekuriti: K3 dan Beban Kerja di PT . XYZ. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 1(2), 139–150.
- Soesanto, E., Saputra, F., Puspitasari, D., & Danaya, B. P. (2023b). Determinasi Sistem Manajemen Sekuriti: Analisis Objek Vital , Pengamanan File dan Pengamanan Cyber pada Yayasan Siber Publisher. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 2(1), 23–29.
- Suwito, Joko. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada CV Global AC Banjarbaru. *Jurnal KINDAI*, Vol. 14 No. 3, Juli 2018, Halaman 255-262. Banjarmasin: STIE Pancasetia Banjarmasin.
- Tartiani, Y. A. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Norak Kopi Galaxy Bekasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 363-384.
- Widjanarko, W., Hadita, H., Saputra, F., & Cahyanto, Y. A. D. (2023). Determinasi Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 248–264.
- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678–685.