Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bara Kopi di Kota Banda Aceh

Selly Zennit Shand[1*], Agusnawan Linu Ibrahim[2], M. Danil Furqansyah[3]
[1 2 3]Fakultas Ekonomi, Prodi Agribisnis, Universitas Muhammadiyah Aceh
*email korespondensi: sellyzennitshandd@gmail.com

ABSTRAK

Aceh memiliki beragam wisata, termasuk wisata kuliner yang semakin populer akibat perubahan gaya hidup masyarakat. Tren ini mendorong pertumbuhan *coffee shop* di Banda Aceh, salah satunya yaitu terbentuknya Bara Kopi. Namun persaingan yang ketat menuntut strategi pemasaran yang tepat agar bisnis dapat bertahan. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Bara Kopi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Bara Kopi Banda Aceh cabang *offline store* Banda Aceh. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 84 orang. Teknik analisis datanya adalah menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (*X*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) di Bara Kopi Banda Aceh.
Kata kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Bara Kopi Banda Aceh

ABSTRACT

Aceh has a variety of tourism, including culinary tourism which is increasingly popular due to changes in people's lifestyles. This trend encourages the growth of coffee shops in Banda Aceh, one of which is the formation of Bara Kopi. However, tight competition demands the right marketing strategy so that the business can survive. The purpose of this study is to test and analyze how much influence product quality has on consumer satisfaction at Bara Kopi. The research method used is a quantitative method with an associative approach which aims to determine the influence or relationship between two variables. The sample in this study was consumers of Bara Kopi Banda Aceh offline store branch Banda Aceh. The determination of the number of samples used the Slovin formula, which was 844 people. The data analysis technique used simple linear regression analysis. The results of the study showed that product quality (X) had an effect on consumer satisfaction (Y) at Bara Kopi Banda Aceh.
Keywords : Product Quality, Consumer Satisfaction, Banda Aceh Coffee Coal

I. PENDAHULUAN

Aceh merupakan salah satu provinsi yang memiliki beragam budaya dan destinasi wisata, termasuk wisata alam, wisata buatan, dan wisata kuliner. Keberagaman ini menjadikan Aceh sebagai tujuan wisata yang populer, terutama di Kota Banda Aceh. Saat ini, wisata kuliner menjadi salah satu jenis wisata yang sangat diminati oleh masyarakat Banda Aceh, seiring dengan perubahan gaya hidup dalam memenuhi kebutuhan makan dan minum. Di era modern ini, masyarakat cenderung memilih tempat makan yang menyajikan makanan cepat saji dan memiliki nuansa mewah, seperti kafe, restoran, dan rumah makan lainnya. Hal ini dipengaruhi oleh mobilitas yang semakin tinggi serta padatnya aktivitas di luar rumah, sehingga waktu untuk menyiapkan makanan menjadi terbatas. Selain itu, Aceh juga menawarkan pengalaman wisata kopi yang menarik, mulai dari

kunjungan ke perkebunan kopi, proses pengolahan biji kopi, hingga menikmati berbagai jenis kopi di kedai-kedai tradisional (Suryani & Zulkifli, 2022).

Perubahan gaya hidup masyarakat ini telah mendorong para pengusaha untuk membuka usaha di bidang kuliner, salah satunya adalah kedai kopi. Saat ini, kedai kopi dapat dengan mudah ditemukan di Kota Banda Aceh, hampir di setiap jalan terdapat kedai kopi. Namun, tidak semua kedai kopi mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Meningkatnya konsumsi kopi di kalangan masyarakat juga menyebabkan persaingan antar kedai kopi semakin tinggi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memasarkan produknya dengan baik agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan strategi pemasaran yang tepat, konsumen akan lebih mudah menemukan produk yang mereka butuhkan, sehingga merasa puas karena dapat memperoleh produk sesuai harapan mereka.

Menurut Kotler dalam Putro (2009), produk merupakan segala sesuatu yang diciptakan oleh perusahaan dan ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Sementara itu, West et al. dalam (Fiani & Jparianto, 2012) mengungkapkan bahwa secara umum, indikator kualitas produk makanan meliputi warna, tampilan, porsi, bentuk, suhu, tekstur, aroma, tingkat kematangan, dan rasa. Kualitas produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan kepuasan konsumen, terutama dalam industri jasa seperti industri kopi.

Westbrook dan Reilly dalam Tjiptono (2014) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respons emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau layanan yang telah dibeli. Menurut Tjiptono (2014), indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen mencakup kepuasan pelanggan, kesesuaian dengan harapan, niat untuk membeli kembali, kesediaan untuk merekomendasikan, serta ketidakpuasan konsumen.

Perusahaan harus memasarkan produknya dengan baik untuk mencapai kepuasan konsumen, dengan memahami kebutuhan mereka agar produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Konsumen yang merasa puas cenderung kembali membeli dan merekomendasikan produk kepada orang lain (Kartika & Albari, 2019). Oleh karena itu, pemilik usaha perlu memberikan perhatian khusus terhadap kualitas produk agar bisnis mereka dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam industri kopi merupakan topik yang menarik untuk dikaji, terutama di Kota Banda Aceh yang memiliki pasar berkembang pesat. Studi ini akan memberikan wawasan lebih mendalam mengenai preferensi dan harapan konsumen terhadap produk serta layanan yang disediakan di kedai kopi. Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Bara Kopi, Banda Aceh.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Studi ini dilaksanakan pada Mei–Juni 2024 di kedai kopi Bara Kopi, Banda Aceh. Variabel yang diteliti meliputi kualitas produk dan kepuasan konsumen. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut (Bungin, 2013), sumber data primer adalah sumber pertama dimana sebuah data dihasilkan, Dimana data diperoleh langsung dari responden penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Bara Kopi di Banda Aceh yaitu sebanyak 750 orang. Sampel penelitian berjumlah 84 responden, yang dipilih secara acak tanpa mempertimbangkan strata dalam populasi. Untuk menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena data populasi

nya diketahui. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Bara Kopi, sementara teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Analisis data penelitian ini dimulai dari pengujian instrument yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi, serta pengujian hipotesis yaitu dengan cara uji T.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Kualitas produk mencakup segala sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dan ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono & Diana (2016), terdapat beberapa jenis klasifikasi produk yang dapat dilihat dari berbagai perspektif.

Tabel 1.Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kualitas Produk

No	Kualitas Produk	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1	Warna	0	0	0	0	17	20,2	52	61,9	15	17,9	3,98
2	Penampilan	0	0	1	1,2	11	13,1	23	27,4	49	58,3	4,43
3	Porsi	0	0	3	3,6	12	14,3	27	32,1	42	50,0	4,29
4	Bentuk	0	0	1	1,2	11	13,1	29	34,5	43	51,2	4,36
5	Temperatur	0	0	1	1,2	16	19,0	29	34,5	38	45,2	4,24
6	Tektur	0	0	2	2,4	10	11,9	24	28,6	48	57,1	4,40
7	Aroma	0	0	1	1,2	9	10,7	30	35,7	44	52,4	4,39
8	Tingkat kemtangan	0	0	1	1,2	9	10,7	31	36,9	43	51,2	4,38
9	Rasa	0	0	1	1,2	13	15,5	27	32,1	43	51,2	4,33
	Rata-rata											4,31

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan Tabel 1, dapat dijelaskan bahwa kualitas produk di Bara Kopi tergolong baik dengan rata-rata nilai jawaban sebesar 4,31. Nilai ini mendekati skor 4, yang mewakili pilihan jawaban "setuju." Kondisi ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen memberikan jawaban "setuju" terhadap sejumlah pertanyaan terkait kualitas produk. Hanya sebagian kecil dari sampel konsumen yang memilih alternatif jawaban "sangat tidak setuju," "tidak setuju," atau "kurang setuju."

"Penampilan" merupakan indikator utama kepuasan konsumen di Bara Kopi Kota Banda Aceh dengan nilai respons sebesar 4,43. Nilai ini lebih tinggi dibandingkan indikator lainnya dan mendekati skor 5, yang mewakili pilihan jawaban "sangat setuju." Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang tercatat memberikan jawaban "sangat setuju" terhadap aspek penampilan di Bara Kopi.

b. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan respons emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau layanan yang telah dibeli. Respons emosional ini dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (keyakinan) terhadap suatu objek, tindakan, atau kondisi tertentu dengan nilai individu (termasuk kebutuhan, keinginan, dan harapan). Pengukuran variabel dilakukan melalui empat item pertanyaan, sehingga diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 2. Tanggapan Responden Mengenai Indikator Kepuasan Konsumen

No	Kepuasan Konsumen	STS		TS		KS		S		SS		Mean
		Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	Fr	%	
1	Kepuasan pelanggan keseluruhan	0	0	2	2,4	8	9,5	38	45,2	36	42,9	4,29
2	Konfirmasi harapan	0	0	2	2,4	17	20,2	39	46,4	26	31,0	4,06
3	Niat beli ilang	0	0	0	0	0	0	45	53,6	39	46,4	4,46
4	Kesediaan untuk merekomendasi	0	0	0	0	9	10,7	27	32,1	48	57,1	4,46
5	Ketidakpuasan konsumen	0	0	0	0	6	7,1	46	54,8	32	38,1	4,31
	Rata-rata											4,31

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

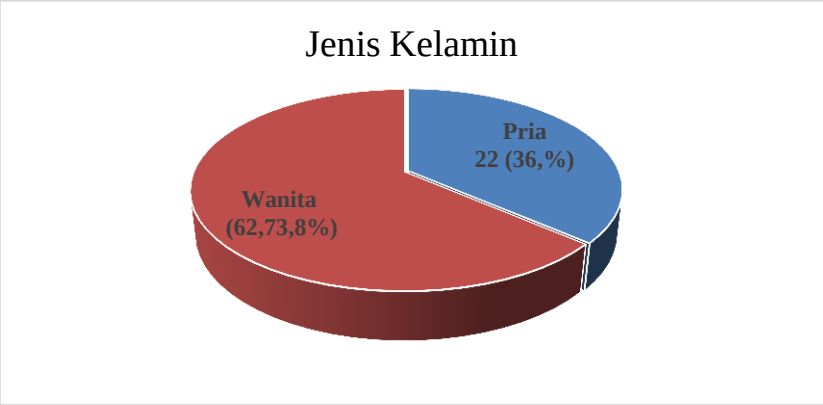
Berdasarkan Tabel 2, dapat dijelaskan bahwa kepuasan konsumen di Bara Kopi tergolong baik dengan rata-rata nilai jawaban sebesar 4,31. Nilai ini mendekati skor 4, yang mewakili pilihan jawaban "setuju." Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memberikan jawaban "sangat setuju" terhadap sejumlah pertanyaan mengenai kepuasan konsumen. Hanya sebagian kecil dari sampel konsumen yang memilih alternatif jawaban "sangat tidak setuju," "tidak setuju," atau "kurang setuju."

1. Hasil Pengujian Data

Penelitian ini dilakukan di Bara Kopi Banda Aceh dengan melibatkan 84 konsumen sebagai responden. Pengujian data mencakup analisis karakteristik responden, uji instrumen, uji asumsi klasik, dan diakhiri dengan pengujian hipotesis.

a. Karakteristik Responden

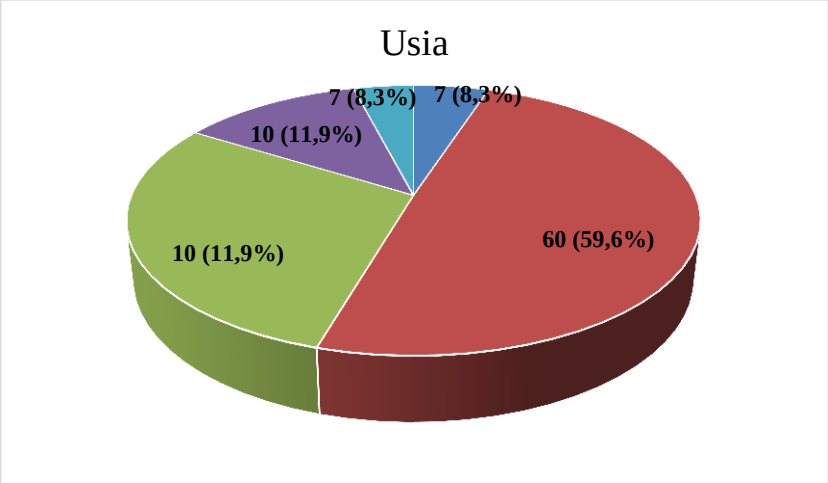
Karakteristik responden merupakan data identitas pribadi dari para responden. Penyajian data ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau informasi mengenai identitas responden, yang mencakup jenis kelamin dan usia, yang akan dianalisis sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Gambar 1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, sebanyak 62 orang (73,8%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 22 orang (26,2%).



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Gambar 2. Karakteristik Responden Menurut Usia

Berdasarkan gambar 2, mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 21–31 tahun, yaitu sebanyak 60 responden (59,6%). Selanjutnya, terdapat 10 responden (11,9%) yang berusia 31–40 tahun, serta 10 responden (11,9%) yang berusia 41–50 tahun. Sementara itu, responden berusia ≤20 tahun berjumlah 7 orang (8,3%), dan responden berusia ≥50 tahun juga sebanyak 7 orang (8,3%).

b. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment.* Data dikatakan valid apabila hasil uji $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Pertanyaan	Variabel	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Hasil Uji
Y1		0,820	0.212	Valid
Y2	Kepuasan	0,737	0.212	Valid
Y3	Konsumen (Y)	0,747	0.212	Valid
Y4		0,612	0.212	Valid
Y5		0,793	0.212	Valid
X1.1		0.437	0.212	Valid
X1.2		0.574	0.212	Valid
X1.3		0.496	0.212	Valid
X1.4		0.603	0.212	Valid
X1.5	Kualitas Produk	0.629	0.212	Valid
X1.6	(X)	0,469	0.212	Valid
X1.7		0,584	0.212	Valid
X1.8		0,512	0.212	Valid
X1.9		0,580	0.212	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa semua item pernyataan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel (0,212). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas untuk seluruh variabel dinyatakan valid.

c. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis Cronbach's Alpha. Suatu instrumen penelitian (kuesioner) dikatakan reliabel jika memiliki nilai alpha ≥ 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

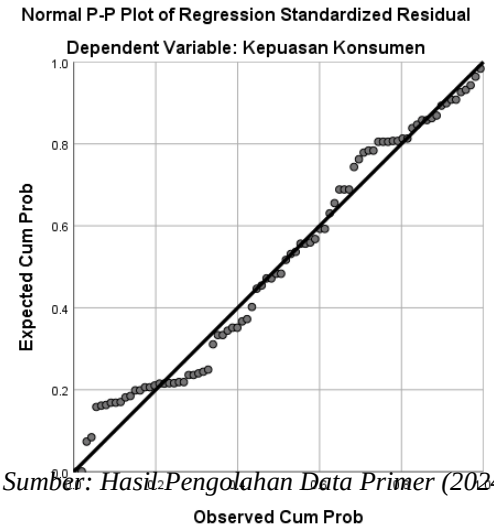
Variabel Penelitian	Nilai Uji Reabilitas	*Cronb. Alpha*	Keterangan
Kepuasan Konsumen	0.691	0.60	Reliabel
Kualitas Produk	0.625	0.60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel di atas, maka didapatkan nilai reliabilitas tes untuk variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan nilai 0,691, dan Kualitas Produk (X_1) dengan nilai 0,625. Seluruh variabel dalam instrument penelitian ini memiliki nilai reiabilitas tes lebih besar dari nilai *crobach's alpha* yaitu 0,60. Hal ini berarti bahwa kuesioner penelitian yang digunakan memenuhi syarat/reliabel.

d. Uji Normalitas

Uji normaliterdiri dari dua jenis pengujian, yaitu uji normalitas residual dan uji normalitas data. Keduanya menunjukkan distribusi normal berdasarkan uji p-p plot, di mana titik-titik tersebar di ekitar garis diagonal, yang mengindikasikan bahwa data terdistribusi secara normal.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Gambar 3. Uji Normalisasi P-P Plot

Berdasarkan gambar 3, titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian maka data memenuhi asumsi normalitas.

e. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya multikolinearitas, yang dapat dilihat melalui nilai toleransi dan Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan sejauh mana setiap variabel independen dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Suatu model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas jika nilai toleransi berada dalam rentang 0,1 hingga kurang dari 1, serta nilai VIF berkisar antara lebih dari 1 hingga kurang dari 10.

Tabel 5.Uji Multikolinieritas

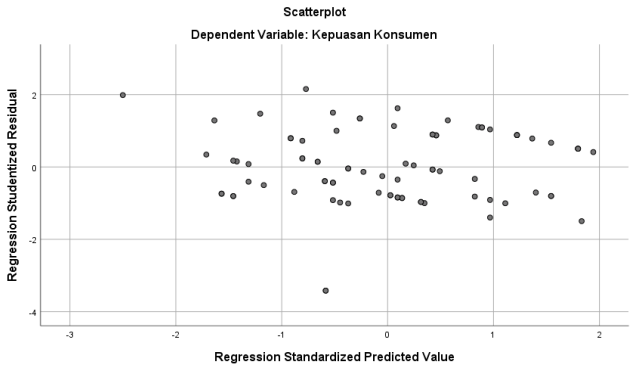
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.670	3.356		.796	.429		
	Kualitas Produk	.192	.068	.267	2.831	.006	.981	1.020

Berdasarkan Tabel 5, nilai *tolerance* adalah 0,981 dan nilai *VIF* adalah 1.020. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dari *multikolinieritas*.

f. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dalam model regresi. Jika varian residual antar observasi tetap konstan, kondisi ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika bervariasi, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang bersifat homoskedastis atau tidak mengalami heteroskedastisitas.



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Gambar 4. Uji Heterokedastisitas Scatterplot

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa titik-titik tersebar secara merata di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi bebas dari asumsi heteroskedastisitas.

g. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Hasil analisis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.670	3.356		.796	.429
	Kualitas Produk	.192	.068	.267	2.831	.006

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer (2024)

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa data output dari analisis regresi linear sederhana yang dianalisis menggunakan SPSS maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2{,}670 + 0{,}192 + e$$

Persamaan regresi diatas memiliki makna sebagai berikut:

a. Nilai Konstanta b_0 = 2,670
   Berarti apabila variabel Kualitas Produk (X) tidak berubah atau dianggap konstan (bernilai 0), maka rata-rata Kepuasan Konsumen (Y) akan bernilai 2,670
b. Koefisien Regresi b_1 = 0,192

Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,192. Hal ini berarti setiap peningkatan 1 unit pada variabel Kualitas Produk (X) akan menyebabkan variabel Kepuasan Konsumen (Y) meningkat sebesar 0,192 unit.

h. Uji t (Parsial)

Hasil perhitungan statistik pada variabel Kualitas Produk (X) menunjukkan bahwa t_hitung (2,831) > t tabel (0,1664), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Bara Kopi Banda Aceh. Dengan kata lain, semakin baik kualitas produk (X), maka semakin tinggi kepuasan konsumen (Y), dan sebaliknya. Temuan ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Manggala et al. (2022) dalam penelitian berjudul *"Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Hermes Coffee Shop Dalung"*, yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan di Bara Kopi Banda Aceh dengan melibatkan 84 konsumen. Fokus penelitian ini adalah pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil uji hipotesis parsial (uji t) menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X) memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Penelitian ini menyoroti pentingnya kualitas produk dalam industri makanan dan minuman, khususnya di sektor kopi. Pengaruh simultan menunjukkan bahwa konsumen memandang pengalaman mereka di Bara Kopi Banda Aceh secara menyeluruh, di mana kualitas produk berperan dalam meningkatkan kepuasan mereka.

Secara parsial, kualitas produk terbukti memiliki dampak positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa Bara Kopi Banda Aceh mampu menyajikan produk kopi yang sesuai atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Kualitas produk dalam konteks ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti cita rasa kopi, konsistensi rasa, variasi menu, tampilan visual, serta kesegaran bahan baku. Keberhasilan dalam aspek tersebut menunjukkan bahwa Bara Kopi Banda Aceh menerapkan standar tinggi dalam pemilihan biji kopi, proses pemanggangan (roasting), dan metode penyajian.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Bara Kopi Banda Aceh perlu mempertahankan dan meningkatkan standar kualitas produknya. Upaya tersebut dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti terus berinovasi dalam menu, menjaga konsistensi kualitas biji kopi, serta meningkatkan keterampilan barista. Selain itu, Bara Kopi Banda Aceh dapat mempertimbangkan pelatihan rutin bagi staf produksi serta melakukan audit kualitas secara berkala guna memastikan standar produk tetap terjaga.

IV. PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di Bara Kopi Banda Aceh, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen menunjukkan kepuasan terutama terhadap aspek rasa, aroma, dan penyajian produk.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar Bara Kopi menambah jumlah tenaga kerja, terutama pada jam-jam sibuk, guna mempercepat pelayanan dan mengurangi waktu tunggu pelanggan. Selain itu, Bara Kopi perlu menjaga kualitas produk dengan memastikan konsistensi rasa, aroma, dan penyajian.

DAFTAR PUSTAKA

Fiani, M & Japarianto, E. 2012. Pengaruh *Food Quality* dan Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Roti Kecik Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(1),* 1.

Kartikasari, A., & Albari, A. 2019. The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and Loyalty. *Journal of Entrepreneurship and Family Business, 3(49),*64.

Manggala, A. 2022. Kualitas Produk dan Pelayanan Barista Bagi Kepuasan Konsumen Kedai Hermess Kopi. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 36(1).*

Putro, S. W. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 2(1),* 8.

Suryani, R., & Zulkifli, A. 2022. Wisata Kopi di Aceh: Potensi dan Tantangan. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan, 15(99),* 108.

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan Dan Penelitian).* Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F., & Diana, A. 2016. *Pemasaran Jasa (Esensi Dan Aplikasi).* Yogyakarta: Andi.