

Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Café Kopi Ketje, Kota Jambi: Evaluasi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk

¹Muhammad Haris Saputra, ²Mira Gustiana Pangestu, ³Carissa Margaretha, ⁴Marcel Rivaldo, ⁵Marcellino Christian, ⁶Zhee Reylia Vauzan,

Manajemen, Fakultas Ilmu Manajemen dan Bisnis Universitas Dinamika Bangsa
Jl. Jend. Sudirman, The Hok, Kec. Jambi Sel., Kota Jambi, Indonesia

¹Mharissaputra97@gmail.com, ²myraapangestu29@gmail.com, ³carissamargaretha2@gmail.com,
⁴marcelrivaldo29@gmail.com, ⁵marcelinochristian9@gmail.com, ⁶newzhee17@gmail.com.

Abstract

This study aims to optimise customer satisfaction at Café Kopi Ketje, Jambi City, by reviewing and evaluating the influence of price, service quality, and product quality. The explorative method applied relied on a quantitative approach, with 100 respondents selected as the sample. Through analysis using the SPSS application, the collected data was tested, while information collection was conducted through distributing a questionnaire containing 38 questions to customers of Café Kopi Ketje in Jambi City through an online platform. The research findings indicate that, first, price does not have a significant influence on the level of customer satisfaction. Second, service quality brings a significant influence on the level of customer satisfaction. Third, product quality was also shown to positively influence customer satisfaction. The final results show that the optimal combination of price, service quality, and product quality factors has a significant positive impact on customer satisfaction at Café Kopi Ketje, Jambi City. In response to these findings, several strategies are recommended to be implemented by Café Kopi Ketje to improve customer experience. These strategies involve optimising pricing policies, improving service quality, innovating in product quality and menu variations, and implementing customer loyalty programmes. Further understanding of the 10-20 year old segment is also a focus in increasing the café's relevance and appeal to this group. The holistic implementation of these strategies is expected to help Café Kopi Ketje achieve and maintain optimal levels of customer satisfaction, strengthen its existing customer base, and attract new customer segments.

Keywords: price, customer satisfaction, service quality, product quality.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan kepuasan pelanggan di Café Kopi Ketje, Kota Jambi, dengan mengulas dan mengevaluasi pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Metode eksploratif yang diterapkan mengandalkan pendekatan kuantitatif, dengan 100 responden yang dipilih sebagai sampel. Melalui analisis menggunakan aplikasi SPSS, data yang terhimpun diuji, sementara pengumpulan informasi dilakukan melalui penyebaran kuesioner berisi 38 pertanyaan kepada pelanggan Café Kopi Ketje di Kota Jambi melalui platform online. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa, pertama, harga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Kedua, kualitas pelayanan membawa pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Ketiga, kualitas produk juga terbukti memengaruhi kepuasan pelanggan secara positif. Hasil akhir menunjukkan bahwa kombinasi yang optimal dari faktor harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Café Kopi Ketje, Kota Jambi. Sebagai respons terhadap temuan ini, beberapa strategi direkomendasikan untuk diterapkan oleh Café Kopi Ketje guna meningkatkan pengalaman pelanggan. Strategi tersebut melibatkan optimalisasi kebijakan harga, peningkatan kualitas pelayanan, inovasi dalam kualitas produk dan variasi menu, serta implementasi program loyalitas pelanggan. Pemahaman lebih lanjut terhadap segmen usia 10-20 tahun juga menjadi fokus dalam meningkatkan relevansi dan daya tarik kafe terhadap kelompok ini. Penerapan strategi ini secara holistik diharapkan dapat membantu Café Kopi Ketje mencapai dan mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang optimal, memperkuat basis pelanggan yang sudah ada, dan menarik perhatian segmen pelanggan baru.

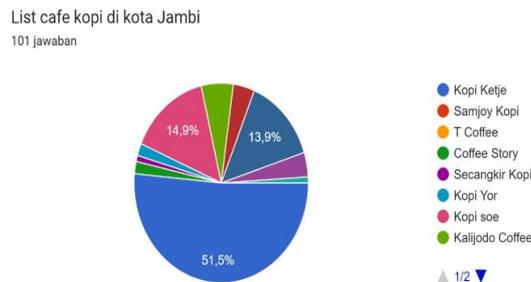
Kata kunci: harga, kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, kualitas produk.

Muhammad Haris Saputra,dkk, Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Café Kopi Ketje, Kota Jambi: Evaluasi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk. JUMANAGE Volume 3 Nomor 1 JANUARI 2024

1. Pendahuluan

Seiring berkembangnya dunia, tentunya bisnis-bisnis yang ada saat ini juga semakin kompetitif, terutama dalam industri minuman dan makanan yang terus berkembang. Salah satu sektor yang merasakan dampak kompetisi ini adalah bisnis kopi, di mana café kopi bermunculan dengan cepat di berbagai daerah, tak terkecuali Kota Jambi. Dalam konteks ini, Café Kopi Ketje menjadi salah satu pemain utama dan populer di tengah kepadatan industri kopi Kota Jambi.

Café Kopi Ketje tidak hanya sekadar hadir sebagai penyedia kopi, tetapi juga telah membangun reputasi sebagai salah satu kafe kopi terbesar di Kota Jambi. Faktanya, data survei yang diilustrasikan pada Gambar 1 menunjukkan bahwa dari 101 responden yang berpartisipasi dalam survei mengenai café kopi terfavorit di Kota Jambi, sebanyak 51,5% atau 52 orang memilih Café Kopi Ketje sebagai pilihan utama mereka. Hal ini menegaskan bahwa Café Kopi Ketje memiliki daya tarik yang signifikan di mata pelanggan di Kota Jambi.



Gambar 1. Survei Café Kopi Terfavorit di Kota Jambi

Sumber : Data diolah, 2023

Gambar 1 merepresentasikan hasil survei sebagai bukti konkret dari kepopuleran Café Kopi Ketje di antara para penikmat kopi di Kota Jambi. Melalui survei ini, dapat diidentifikasi bahwa Café Kopi Ketje bukan hanya sekadar kafe kopi biasa, tetapi juga telah berhasil menarik perhatian dan kepercayaan pelanggan, menjadikannya salah satu destinasi favorit untuk menikmati kopi di Kota Jambi

Café Kopi Ketje telah sukses menarik perhatian banyak pelanggan melalui konsepnya yang unik dan inovatif. Daya tariknya tidak hanya terletak pada kualitas kopi yang tinggi, tetapi juga pada atmosfer yang unik dan konsep yang belum pernah ditemukan di tempat lain. Meskipun demikian, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Café Kopi Ketje perlu mempertimbangkan faktor-faktor tambahan lainnya yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penting sekali untuk Café Kopi Ketje agar terus mengembangkan strategi yang dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Selain menawarkan konsep yang menarik dan unik, perlu diperhatikan juga aspek-aspek lain seperti kualitas pelayanan, harga yang kompetitif, dan terus berinovasi dalam penyajian menu. Dengan demikian, Café Kopi Ketje dapat tidak hanya mempertahankan basis pelanggannya yang sudah ada, tetapi juga menarik perhatian dan menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan potensial yang lebih luas.

Unik dan tak biasa, karena biasanya kopi dilengkapi dengan pemanis gula putih cair atau pun gula aren, tetapi varian terbaru ini menggunakan pemanis kecap bermerek Bango.

Head Creative Kopi Ketje, Wilis Wongso, mengatakan bahwa menu terbaru yang dirilis pada Kamis (5/3) ini merupakan inovasi rasa dan kolaborasi antara Kopi Ketje dan Kecap Bango.



Gambar 2. Menu Menarik Inovatif Dan Unik Dari Café Kopi Ketje, Kota Jambi

Sumber : Kumparan.com, 2020

Faktor kunci yang dapat signifikan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah harga, seperti yang ditekankan oleh (Kotler dan Keller, 2012) dalam penelitian yang dijelaskan oleh (Indrasari, 2019). Harga merupakan elemen kritis dalam keputusan pembelian pelanggan, karena mampu memberikan pengaruh langsung terhadap persepsi nilai produk atau layanan yang diberikan. Harga yang terlalu tinggi mungkin menyebabkan penurunan tingkat kepuasan pelanggan, karena pelanggan dapat beralih ke alternatif lain yang menawarkan harga lebih terjangkau. Oleh karena itu, pengelola bisnis perlu cermat dalam menentukan harga yang seimbang, yang dapat menciptakan nilai yang baik bagi pelanggan tanpa mengorbankan keuntungan bisnis.

Di sisi lain, harga yang terlalu rendah juga dapat membawa dampak negatif terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan mungkin meragukan kualitas produk atau layanan yang disediakan dengan harga yang rendah. Harga rendah dapat dianggap sebagai indikator potensial kurangnya nilai atau keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, strategi penetapan harga harus memperhatikan keseimbangan antara menawarkan harga yang bersaing dan memastikan bahwa produk serta pelayanan yang disediakan tetaplah berkualitas tinggi. Dengan demikian, pemahaman mendalam terhadap dinamika harga dapat membantu bisnis merancang kebijakan harga yang tepat untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang optimal.



Gambar 3. Menu Café Kopi Ketje, Kota Jambi

Sumber : Café Kopi Ketje, Kota Jambi

Dalam situasi ini, Café Kopi Ketje berhasil menemukan keseimbangan antara harga terjangkau dan kualitas produk yang baik. Harga yang dihadirkan oleh Café Kopi Ketje pun tidak terlalu mahal sehingga masih terjangkau bagi sebagian besar masyarakat Kota Jambi. Namun, harga yang ditawarkan juga tidak terlalu rendah sehingga masih dapat mempertahankan citra dan kualitas produk yang mereka tawarkan. Pada gambar 3, dapat dilihat jika harga yang ditawarkan oleh café kopi ketje, kota Jambi masih dapat bersaing dengan pesaingnya namun tidak terlalu rendah.

Peneliti tertarik untuk mengambil variabel harga, apakah dengan harga yang cukup tinggi dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dari penelitian (Prasetyo, 2012) diungkapkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya adalah harga. Hal ini berbanding terbalik dan tidak sejalan dengan temuan pada penelitian milik (Nurwulandari dan Maharani, 2020) yang dimana mereka mendapatkan kesimpulan berupa variabel harga tidak memiliki pengaruh yang terlalu penting terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Tidak hanya harga, ada pula kualitas pelayanan yang menjadi salah satunya faktor untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. (Kotler dan Keller, 2012) dalam (Indrasari, 2019). Pelanggan tidak hanya fokus pada kualitas makanan yang ditawarkan, namun mereka juga memahami bagaimana makanan tersebut disajikan oleh staf café.

Café Kopi Ketje memahami pentingnya kualitas pelayanan dalam mempertahankan kepuasan pelanggan. Mereka memberikan pelatihan kepada para staf mereka Tujuannya untuk memberikan layanan dengan cara yang ramah, cepat, dan efektif. Para staf Café Kopi Ketje juga dilengkapi dengan pengetahuan tentang produk yang mereka tawarkan sehingga dapat memberikan informasi akurat kepada pelanggan. Peneliti tertarik untuk mengambil variabel kualitas pelayanan, untuk membuktikan apakah pelayanan pada café kopi ketje, kota Jambi sudah sesuai dengan ekspektasi para pelanggan dan mampu mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang baik. Berdasarkan penelitian milik (Wijaya, 2017) kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kualitas produk juga merupakan faktor penting yang dapat memberikan nilai tambah kepada kepuasan pelanggan. (Wijaya, dkk, 2023). Café Kopi Ketje harus mengembangkan menu makanannya agar tetap dapat sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kepercayaan pelanggan terhadap Café Kopi Ketje dapat diperkuat dengan menawarkan produk-produk berkualitas tinggi, yang dapat meningkatkan pengalaman mereka secara keseluruhan. Terlebih lagi, pengembangan produk juga penting untuk memenuhi keinginan pelanggan dan kecenderungan pelanggan yang terus meningkat. (Hayati dan Sekartaji, 2015). Jika Café Kopi Ketje ingin mempertahankan dan menarik lebih banyak pelanggan, maka harus konsisten meningkatkan kualitas produknya. Menurut penelitian (Putro, 2014), kualitas produk dikatakan secara signifikan dapat mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan.

Dalam industri kopi indikator seperti harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan merupakan sebuah faktor yang cukup penting untuk membantu dalam peningkatan kepuasan pelanggan. (Indrasari 2019). Café Kopi Ketje di Kota Jambi harus memperhatikan faktor-faktor tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan dan memperkuat hubungan yang baik dengan para pelanggan. Harga yang kompetitif, pelayanan yang berkualitas, dan produk yang konsisten serta inovatif akan memberikan pengalaman yang positif bagi para pelanggan. Dengan demikian, Café Kopi Ketje dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat posisinya di industri kopi di kota Jambi.

Ada pula manfaat dari dilaksanakannya penelitian ini untuk meneliti sebagaimana mestinya cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di Café Kopi Ketje, Kota Jambi menggunakan evaluasi berupa harga, kualitas pelayanan serta kualitas produk. Keuntungan dari penelitian ini dapat dirasakan oleh banyak pihak, mulai dari menambah wawasan para peneliti terhadap strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menggunakan evaluasi harga, kualitas produk serta kualitas pelayanan. Serta juga dapat membuat komitmen kepada Café Kopi Ketje, Kota Jambi untuk mengetahui permasalahan yang muncul terkait penelitian ini.

2. Kajian Pustaka

Harga

Harga merupakan suatu ukuran nilai berupa uang tunai yang harus dibayar pembeli atas barang yang akan diperolehnya. (Kotler, 2007) dalam (Fardiani, 2013). Harga merupakan salah satu komponen dalam promosi yang dapat menciptakan manfaat, sedangkan komponen lain hanya berperan sebagai komponen biaya. Harga dapat menjadi aspek utama maupun aspek kedua dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, hal ini dikarenakan pemikiran setiap orang berbeda-beda, beberapa konsumen mungkin sudah cukup puas hanya dengan pelayanan yang diberikan saja, ada pula beberapa yang puas dengan kualitas produknya sesuai dengan yang diperkirakan oleh konsumen tersebut bahkan lebih, ada pula yang puas terhadap harga dari suatu produk dikarenakan dapat dikatakan cukup terjangkau. Jika harga suatu produk yang ditawarkan bernilai tinggi maka ekspektasi pelanggan terhadap jasa dan produk akan meningkat. Jika harga yang ditawarkan tinggi, namun kualitas pelayanan dan kualitas dari suatu produk yang ditawarkan biasa saja, maka pelanggan akan merasa kecewa dengan harga yang ditetapkan sehingga akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Evaluasi pembeli terhadap tingkat pelayanan yang mereka peroleh dan tingkat pelayanan yang mereka harapkan dikenal sebagai kualitas pelayanan. (Bei dan Chiao, 2006). Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Konsumen mengharapkan bantuan yang menyenangkan, produktif dan cepat. Bantuan yang kurang baik dapat menyebabkan konsumen menjadi kecewa dan berpindah ke tempat lain. Pelanggan tentu akan merasa puas terhadap pelayanan yang

diberikan jika memenuhi harapan pembeli, dan sifat dari pelayanan itu sendiri tentu dapat dikatakan memuaskan.

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dimana ia menjalankan kemampuannya untuk digunakan guna memenuhi kebutuhan pembeli. Kualitas produk memiliki hubungan yang sangat kuat dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. (Kotler dan Keller, 2012). Sifat produk ini dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Dengan asumsi kualitas produk yang diberikan bagus, tentu pembeli akan merasa senang dan bahagia dengan produk tersebut. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan pada akhirnya berdampak pada kepuasan pelanggan.

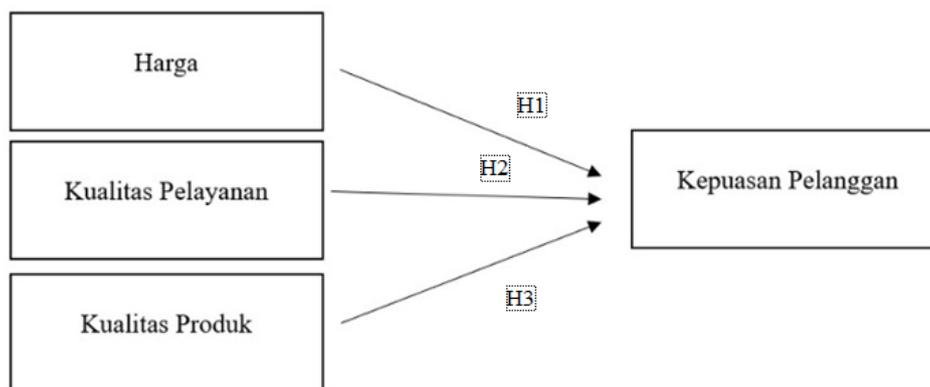
Kepuasan Pelanggan

Banyak faktor yang dapat meningkatkan nilai kepuasan pelanggan. (Sari dan Hariyana, 2019), untuk meningkatkan kepuasan pelanggan faktor-faktor yang perlu diperhatikan adalah: 1) Kualitas Produk; 2) Harga; 3) Kualitas Pelayanan; 4) Emosional; terlebih lagi, 5) Biaya. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik serta ramah dan juga tamah. Terlebih lagi jika produk yang disediakan memiliki kualitas yang tinggi serta harganya cukup terjangkau, hal ini jelas akan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ada masa dimana ketika seseorang melihat kinerja (hasil) suatu produk dengan kinerja (hasil) yang diharapkan, mereka akan merasakan kepuasan pelanggan dengan perasaan gembira ataupun frustrasi. (Philip Kotler, 2007).

3. Metodologi

Jenis Penelitian dan Desain Penelitian

Pada penelitian yang dilakukan, metode yang digunakan yakni pendekatan kuantitatif, dimana peneliti menggunakan 100 responden. Pengujian data terhadap analisis ini menggunakan program SPSS dan pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner sebanyak 38 soal kepada pelanggan kopi ketje dengan objek café kopi ketje, kota Jambi melalui media online.



Gambar 4. Model Kerangka Berpikir

Sumber: Pengembangan model, 2023

Berdasarkan model tersebut rumusan hipotesis yang didapatkan pada penelitian ini adalah :

H₁ : Kepuasan Pelanggan pada café kopi ketje, kota Jambi dapat dikatakan secara signifikan dipengaruhi oleh variabel harga. Hal ini sejalan dengan penelitian (Prasetyo, 2012) dimana dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan variabel harga, karena harga dapat ditetapkan sebagai suatu alat untuk memuaskan permintaan para konsumen ataupun mencerminkan suatu nominal yang sanggup dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk ataupun jasa yang diinginkan.

H₂ : Kepuasan Pelanggan pada café kopi ketje, kota Jambi dapat dikatakan secara signifikan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Kotler, 2002) dimana dikemukakan bahwa dalam suatu perusahaan terdapat hubungan erat antara kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan profit suatu perusahaan.

H₃ : Kepuasan Pelanggan pada café kopi ketje, kota Jambi dapat dikatakan secara signifikan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk. Hal ini sejalan dengan penelitian (Pradana, dkk, 2017) dimana dikemukakan bahwa dengan meningkatnya kualitas dari suatu produk menjadi semakin baik, maka akan tercipta keunggulan dari suatu produk yang akan membuat konsumen menjadi semakin puas.

Muhammad Haris Saputra, dkk, Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Café Kopi Ketje, Kota Jambi: Evaluasi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk. JUMANAGE Volume 3 Nomor 1 JANUARI 2024

H₄ : Kepuasan Pelanggan pada café kopi ketje, kota Jambi dapat dikatakan secara signifikan dipengaruhi oleh variabel Harga, Kualitas Pelayanan serta Kualitas Produk. Hal ini sejalan dengan penelitian milik (Kotler dan Amstrong, 2008) dimana dikemukakan bahwa kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan cara memberikan harga yang terjangkau, kualitas pelayanan yang baik dan menyenangkan, serta kualitas produk yang terbaik. Semakin tinggi tingkat ketiga variabel tersebut, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang diterima.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Konsep	Indikator	Skala
Harga (Tjiptono 2017)	Keterjangkauan Harga Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Daya Saing Harga Kesesuaian Harga Dengan Manfaat	1-5
Kualitas Pelayanan (Tjiptono dan Chandra 2012)	<i>Reliabilitas</i> (Keandalan) <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) <i>Assurance</i> (Jaminan) <i>Empathy</i> (Empati) <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	1-5
Kualitas Produk (Lupiyoadi 2015)	<i>Peformance</i> (Kinerja) <i>Durability</i> (Daya Tahan) <i>Reliability</i> (Keandalan) <i>Feature</i> (Fitur) <i>Conformance</i> (Kesesuaian)	1-5

Sumber: rangkuman teori, 2023

Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada studi ini menggunakan jenis data primer dimana peneliti menggunakan kuesioner yang berisikan 38 pertanyaan yang disebarakan melalui platform online kepada para konsumen yang mengunjungi café kopi ketje, kota Jambi. Kuesioner yang diberikan diukur berdasarkan skala likert dimana penilaiannya berdasarkan keputusan para responden dengan nilai yang dimulai dari keterangan sangat tidak setuju hingga keterangan berupa sangat setuju dengan skala nilai 1 sampai 5.

Populasi dan Sampel

Populasi seluruh pelanggan yang mengunjungi Café Kopi Ketje, Kota Jambi menjadi subjek penelitian ini dan belum diketahui jumlahnya. Dengan populasi yang begitu besar, strategi pengujian yang digunakan pada penelitian ini adalah *Simple Random Sampling*. Dengan memanfaatkan metode *Simple Random Sampling*, para peneliti dapat mengumpulkan tes dari masyarakat secara acak tanpa perlu memusatkan perhatian pada strata/tingkatkan dalam masyarakat. Penduduk yang digunakan dalam pemeriksaan ini adalah seluruh penduduk Kota Jambi. Berdasarkan BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Jambi, memiliki jumlah penduduk sebanyak 619.600 jiwa.

Wilayah	Penduduk Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jambi (Ribu Jiwa)		
	2020	2021	2022
Provinsi Jambi	3 548,2	3 585,1	3 631,1
Kerinci	250,3	251,9	253,9
Merangin	354,1	355,7	357,6
Sarolangun	290,1	293,6	298,1
Batang Hari	301,7	306,7	313,2
Muaro Jambi	402,0	406,8	412,8
Tanjung Jabung Timur	229,8	231,8	234,2
Tanjung Jabung Barat	317,5	320,6	324,5
Tebo	337,7	340,9	344,8
Bungo	362,4	367,2	373,3
Kota Jambi	606,2	612,2	619,6
Kota Sungai Penuh	96,6	97,8	99,2

Gambar 5. Data Penduduk Kota Jambi

Sumber: BPS (Badan Pusat Statistik)

Untuk mengukur besar kecilnya sampel yang akan dipusatkan pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan rumus Slovin, dimana persamaan ini dapat mengkuantifikasi besar kecilnya sampel yang akan digunakan pada penelitian ini. Besaran sampel yang akan diteliti adalah berikut perhitungannya :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Ukuran Sampel/Jumlah Responden

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e = 0,1.

Gambar 6. Rumus Slovin

Sumber: Slovin

$$n = \frac{619.600}{1+619.600(0,1)^2}$$

$$n = 99,9$$

Pada penelitian ini jumlah sampel yang diperlukan setelah perhitungan dibulatkan yakni menjadi sebanyak 100 responden. Strategi fungsional dalam penelitian ini adalah dengan mengambil beberapa responden dalam jangka waktu 1 bulan pada Café Kopi Ketje, Kota Jambi.

Metode Analisis

Informasi yang telah dikumpulkan melalui kuesioner yang telah disebarakan selanjutnya akan diolah menggunakan aplikasi SPSS dan informasi yang diperoleh akan dianalisis menggunakan Uji Instrumen, yakni Uji Validitas serta Uji Reliabilitas untuk melihat apakah data kuesioner yang disebarakan dapat merepresentasikan indikator-indikator yang digunakan pada penelitian ini, kemudian Uji Asumsi Klasik, khususnya Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, serta Uji Autokorelasi, yang diperlukan untuk melihat apakah data yang diolah berdistribusi normal dan dapat dilanjutkan untuk melakukan uji yang selanjutnya. Selanjutnya akan dilakukan Uji Hipotesis, khususnya Uji Koefisien Determinasi R², Uji F, serta terakhir Uji T. Hal ini bertujuan untuk menarik kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan terkait strategi peningkatan kepuasan pelanggan di café kopi ketje, kota Jambi.

Data Responden

Data responden yang diperoleh pada penelitian ini mendapatkan 110 responden pengunjung café kopi ketje, kota Jambi dengan karakteristik yang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Data Responden

Variabel	Jumlah	Persen
<i>Jenis Kelamin</i>		
-Perempuan	53	48,18
-Laki-laki	57	51,82
<i>Usia</i>		
-Usia 10 – 20 tahun	54	49,1
-Usia 21 - 30 tahun	50	45,45
-Usia 31 – 40 tahun	6	5,45

Sumber: Data hasil kuesioner yang diolah, 2023

Dari informasi pada Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini melibatkan 110 responden yang merupakan penunjang Café Kopi Ketje di Kota Jambi. Merinci lebih lanjut, terlihat bahwa mayoritas responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah laki-laki. Kedominanan responden laki-laki mungkin memberikan arah tambahan dalam menginterpretasikan data, mengingat preferensi dan harapan pelanggan dapat bervariasi berdasarkan jenis kelamin. Pemahaman mendalam mengenai preferensi laki-

Muhammad Haris Saputra, dkk, Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Café Kopi Ketje, Kota Jambi: Evaluasi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk. JUMANAGE Volume 3 Nomor 1 JANUARI 2024

laki dalam konteks café kopi dapat membuka peluang untuk penyesuaian strategi bisnis dan pemasaran yang lebih spesifik.

Selain itu, data tersebut juga mencatat bahwa sebagian besar responden berusia antara 10 hingga 20 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa Café Kopi Ketje di Kota Jambi memiliki daya tarik yang signifikan di kalangan pemuda. Pemahaman akan preferensi dan kebutuhan khusus dari segmen usia ini dapat membantu pengelola untuk lebih memahami dinamika pelanggan dan merancang strategi yang lebih efektif untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan yang berharga tidak hanya dalam konteks Café Kopi Ketje sebagai objek penelitian, tetapi juga dalam pengembangan strategi bisnis yang lebih luas di industri kafe di Kota Jambi.

4. Hasil dan Analisis

Uji Hipotesis

1.Uji Koefisien Determinasi

Tabel 3. Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,887 ^a	,787	,780	2,59637

Sumber: Data penelitian diolah, 2023

(Ghozali, 2016) Koefisien determinasi (R²) merupakan suatu indikator pengukur yang memberikan informasi mengenai seberapa jauh variabel yang diteliti dapat mempengaruhi variabel dependen. Nilai yang dihasilkan pada koefisien determinasi bernilai nol atau satu. Jika nilai R² yang didapatkan rendah maka hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai pemahaman yang sangat terbatas terhadap variasi variabel dependen. Selain itu, meskipun nilainya mendekati 1, hal ini menjelaskan bahwa variabel independen dapat memberikan seluruh informasi yang diharapkan untuk menerangkan variabel dependen.

Pada tabel 7. Terlihat jika nilai Adjusted R square yang didapatkan pada tabel model summary memiliki nilai 0,780 atau jika dipersenkan menjadi 78%. Hal ini berarti variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat menerangkan variabel kepuasan pelanggan sebanyak 78% dan 22% sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak ikut andil pada penelitian ini.

2.Uji F

Tabel 4. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2391,011	3	797,004	118,230	,000 ^b
	Residual	647,149	96	6,741		
	Total	3038,160	99			

Sumber: Data penelitian diolah, 2023

Uji F merupakan suatu uji yang diperlukan untuk mengetahui apakah variabel independen yang diteliti dapat secara bersama-sama (simultan) memberikan peningkatan terhadap variabel dependen yang diteliti. (Diansyah, 2016), nilai signifikansi yang digunakan pada penelitian ini sebesar 5% atau dapat dikatakan 0,05. jika nilai signifikan F yang didapatkan dibawah atau lebih kecil dari 0,05 hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan ataupun

sebaliknya. Untuk menyimpulkan jika variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y juga dapat ditentukan menggunakan kriteria berupa $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Pada tabel 8. Dapat dijelaskan bahwa variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang cukup bermakna terhadap variabel dependen yakni kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dijelaskan dengan nilai signifikan F yang didapatkan memiliki nilai sebesar 0,000 dimana nilai signifikansi nya kurang dari nilai 5%. Dan juga nilai F_{hitung} yang didapatkan melebihi nilai F_{tabel} yakni $118,230 > 2,70$.

3. Uji T (Parsial)

Tabel 5. Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta			
	B	Std. Error				
(Constant)	6,291	2,125			2,961	,004
1	X1 (Harga)	,025	,089	,019	,276	,783
	X2 (Kualitas Pelayanan)	,539	,087	,599	6,203	,000
	X3 (Kualitas Produk)	,299	,094	,302	3,188	,002

Sumber: Data penelitian diolah, 2023

Menurut (Syafrial, 2016), uji T merupakan suatu metode untuk menentukan benar atau tidaknya hipotesis yang telah ditetapkan pada suatu penelitian yang menyatakan jika variabel independent yang diteliti secara sendiri-sendiri (parsial) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yang diteliti.

Pada tabel 9. Secara parsial variabel harga memberikan pengaruh yang tidak terlalu besar atau tidak bermakna terhadap variabel kepuasan pelanggan, karena nilai signifikan yang diperoleh lebih besar dibandingkan nilai 0,05 yakni 0,783. Sedangkan faktor kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang bermakna untuk meningkatkan variabel kepuasan pelanggan, karena nilai signifikan yang diperoleh memiliki nilai lebih kecil dibandingkan nilai 0,05 yakni 0,000 serta variabel kualitas produk memberikan pengaruh yang bermakna dalam meningkatkan variabel kepuasan pelanggan, karena nilai signifikan yang didapatkan lebih kecil daripada 0,05 yakni 0,002.

4. Pembahasan

Variabel Harga Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian ini memperoleh hasil jika variabel X1 yaitu harga yang memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,783 dan mempunyai koefisien sebesar 0,25. Hal ini menegaskan jika variabel harga secara sendiri memiliki pengaruh yang positif namun tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan di café kopi ketje, kota Jambi. Jumlah yang harus dibayar adalah harga (Hidayat, 2020). Selain itu, pengujian ini menunjukkan bahwa harga bukanlah variabel penentu kepuasan pelanggan. Selain itu, indikator variabel harga mencakup: Kesesuaian Harga, Keterjangkauan Harga dengan Kualitas suatu produk, Daya Saing Harga, Kesesuaian Harga terhadap Keunggulan.

Harga memberikan pengaruh yang positif namun tidak terlalu bermakna dikarenakan variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, semakin murah harga yang ditetapkan maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. (Sari, 2016). Maka dari itu harga dapat dikatakan berpengaruh positif. Sedangkan mengapa harga tidak berpengaruh signifikan karena pada café kopi ketje harga yang ditawarkan dapat dikatakan cukup memberatkan beberapa orang. Hal ini mengartikan bahwa strategi penetapan harga pada café kopi ketje, kota Jambi masih belum optimal sehingga harga yang ditawarkan oleh café kopi ketje tersebut masih belum mampu memuaskan pelanggannya. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada café kopi ketje di kota Jambi sangat penting untuk diperhatikan. Harga yang ditawarkan haruslah sebanding dengan kepuasan pelanggan yang dirasakan. Café kopi ketje perlu menerapkan strategi harga yang efektif, seperti penetapan harga berdasarkan permintaan dan harga khusus untuk segmen pelanggan tertentu.

Hal ini sejalan dengan penelitian milik (Nurwulandari dan Maharani, 2020) yang mengambil judul berupa Analisis Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Coffee 19 Café Dengan Mengevaluasi Pengaruh Harga, Produk Serta Promosi. Dimana disebutkan bahwa

kepuasan pelanggan secara signifikan tidak dipengaruhi oleh harga namun harga memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Penelitian ini memperoleh hasil bahwa variabel X2 khususnya kualitas pelayanan mempunyai nilai signifikan sebesar 0,000 dan mempunyai koefisien sebesar 0,539. Hal ini menegaskan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial mempengaruhi kepuasan pelanggan di café kopi ketje Kota Jambi. Evaluasi pelanggan terhadap layanan yang mereka terima dan layanan yang mereka harapkan dikenal sebagai kualitas layanan. (Kotler, 2007). Adapun indikator kualitas pelayanan ini yaitu: *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Reliabilitas* (Keandalan), *Assurance* (Jaminan), *Tangibles* (Bukti Nyata) serta *Empathy* (Empati).

Kualitas pelayanan dapat memberikan pengalaman yang positif bagi para pelanggan. (Sari dan Hariyana, 2019). Kualitas pelayanan pada café kopi ketje, kota Jambi berpengaruh positif dan signifikan karena café kopi ketje memberikan *training* atau pelatihan untuk seluruh karyawannya, sehingga menciptakan karyawan yang ramah, responsif, dan berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik. Setiap interaksi pelanggan, mulai dari pemesanan hingga pelayanan di meja, merupakan kesempatan untuk menciptakan hubungan yang positif. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga dapat membentuk loyalitas pelanggan jangka panjang, pelanggan yang mendapatkan pelayanan yang baik akan merasa puas dan lebih cenderung untuk kembali lagi.

Hal ini sejalan dengan penelitian milik (Wijaya, 2017) yang mengambil judul berupa Analisis Peningkatan Kepuasan Konsumen Pada Depot Madiun Masakan Khas Milik Bu Rudy Dengan Mengevaluasi Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk. Dimana peneliti menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif serta memiliki pengaruh yang cukup bermakna terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X3 yaitu kualitas produk mempunyai koefisien sebesar 0,299 dan nilai signifikan sebesar 0,002. Hal ini menegaskan bahwa variabel kualitas produk sedikit banyak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di café kopi ketje Kota Jambi. Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk dimana ia menjalankan kemampuannya untuk digunakan guna memenuhi kebutuhan pembeli. (Kotler dan Armstrong, 2008) Indikator dari kualitas produk ini sendiri yaitu: *Durability* (Daya Tahan), *Performance* (Kinerja), *Reliability* (Keandalan), *Conformance* (Kesesuaian) dan *Feature* (Fitur).

Kualitas produk pada café kopi ketje, kota Jambi memiliki dampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Rasa kopi yang konsisten, kualitas bahan baku yang premium, dan variasi menu yang menarik dan unik dapat menciptakan pengalaman kuliner yang positif. Oleh karena itu, Outlet Kopi Ketje menjaga dan terus meningkatkan standar kualitas produk mereka agar tetap dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

Kualitas produk pada café kopi ketje ini sendiri memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan, Hal ini dapat membuktikan jika café kopi ketje menggunakan biji kopi yang digunakan berupa kopi robusta. Kopi robusta ini cenderung memiliki kandungan kafein yang lebih tinggi dibandingkan jenis kopi arabika. Sehingga bagi pecinta kopi sejati tentunya lebih memilih untuk membeli kopi di café kopi ketje dibandingkan café lainnya. Dan produk-produk makanan ringan yang ditawarkan oleh café kopi ketje juga terbuat dari bahan berkualitas dan rasanya lezat.

Hal ini sejalan dengan penelitian milik (Putro, 2014) yang mengambil judul berupa Analisis Kepuasan Pelanggan serta Loyalitas Konsumen Pada Restoran Happy Garden Dengan Mengevaluasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk. Dimana pada penelitian ini disebutkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif serta pengaruh yang cukup bermakna terhadap kepuasan pelanggan.

Variabel Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Pada penelitian ini diperoleh hasil jika variabel harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi yang sangat baik yakni sebesar 0,000. Pada café kopi ketje Kota Jambi hal ini dapat dijelaskan karena variabel harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat positif terhadap kepuasan pelanggan. (Juwanto, 2020). Adapun variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di café kopi ketje dibandingkan dengan variabel harga di café kopi ketje Kota Jambi. Hal ini dikarenakan harga yang dihadirkan oleh café kopi ketje terbilang lebih mahal

Muhammad Haris Saputra,dkk, Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Café Kopi Ketje, Kota Jambi: Evaluasi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk.JUMANAGE Volume 3 Nomor 1 JANUARI 2024

dibandingkan dengan café-café kopi lain yang tersedia di seluruh Kota Jambi, sehingga hal ini akan cukup menyulitkan bagi beberapa konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada café kopi ketje, kota Jambi. Kualitas pelayanan sangat diperhatikan, para karyawan café ini dilatih untuk memberikan pelayanan dengan ramah dan profesional kepada para pelanggan. Mereka selalu siap untuk membantu para pelanggan dalam memilih makanan maupun minuman yang sesuai dengan selera mereka. Selain itu, waktu tunggu yang singkat dan suasana yang nyaman juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membuat mereka ingin kembali lagi ke café kopi ketje tersebut.

Kualitas produk yang disajikan pada café kopi ketje, kota Jambi juga menjadi perhatian utama. Café ini menggunakan biji kopi yang premium dan diproses dengan sangat baik. Kopi yang disajikan memiliki cita rasa tertentu yang sangat khas dapat menyebabkan pelanggan merasa puas. Selain itu, café kopi ketje, kota Jambi juga menyajikan berbagai macam variasi kopi spesial. Pelanggan dapat memilih kopi sesuai dengan pilihan mereka. Kualitas produk yang bagus membuat klien merasa puas dan merekomendasikan café kopi ketje ini kepada teman-teman mereka.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah diperoleh, kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini adalah:

1. Harga dapat dikatakan cukup baik dikarenakan berpengaruh positif tetapi tidak memiliki pengaruh yang cukup bermakna terhadap kepuasan pelanggan pada café kopi ketje kota jambi.
2. Kualitas pelayanan dapat dikatakan sangat baik dikarenakan berpengaruh positif serta memiliki pengaruh yang cukup bermakna terhadap kepuasan pelanggan pada café kopi ketje kota jambi.
3. Kualitas produk dapat dikatakan sangat baik dikarenakan berpengaruh positif serta memiliki pengaruh yang cukup bermakna terhadap kepuasan pelanggan pada café kopi ketje kota jambi.

Saran yang dapat disertakan pada penelitian ini adalah berupa rekomendasi sebagai berikut:

1. Café Kopi Ketje dapat mengoptimalkan kebijakan harga dengan mempertimbangkan nilai yang diberikan kepada pelanggan. Meskipun temuan menunjukkan bahwa harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi menyesuaikan harga agar sejalan dengan nilai yang diberikan bisa menjadi strategi yang efektif untuk mempertahankan dan menarik pelanggan.
2. Perbaiki Kualitas Pelayanan dengan meningkatkan pelatihan karyawan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik lagi, responsif, dan ramah. Menciptakan pengalaman pelanggan yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan membangun loyalitas.
3. Café Kopi Ketje dapat terus melakukan inovasi dalam penyajian menu dan meningkatkan kualitas produk mereka. Menyediakan variasi menu yang menarik dan berkualitas tinggi dapat memenuhi ekspektasi pelanggan, serta membantu mempertahankan loyalitas pelanggan yang telah ada, dan dapat menarik pelanggan baru.
4. Mengimplementasikan program loyalitas pelanggan atau penawaran promosi tertentu dapat menjadi strategi untuk meningkatkan retensi pelanggan. Diskon khusus, program poin, atau paket promosi dapat memberikan insentif bagi pelanggan untuk kembali dan merasa dihargai.
5. Memperdalam pemahaman terhadap preferensi dan kebutuhan pelanggan pada rentang usia 10-20 tahun dapat memberikan wawasan tambahan untuk penyesuaian menu, layanan, atau promosi yang lebih sesuai dengan karakteristik atau segmentasi pasar yang relevan.

Daftar Pustaka

- Andini Nurwulandari, dan Septi Maharani. 2020. "PENGARUH HARGA, PRODUK, DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN PADA KEDAI KOPI COFFEE 19 CAFÉ (2020)." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 5: 465–93.
- Ari Prasetio. 2012. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN." *MANAGEMENT ANALYSIS JOURNAL* 1.
- Cynthia Violita Wijaya. 2017. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy." *Agora* 5.
- Dedhy Pradana, Syarifah Hidayah, dan Rahmawati Rahmawati. 2017. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 14.

Muhammad Haris Saputra,dkk, Strategi Peningkatan Kepuasan Pelanggan di Café Kopi Ketje, Kota Jambi: Evaluasi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk. *JUMANAGE Volume 3 Nomor 1 JANUARI 2024*

- Dessica Dinar Sari. 2016. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN SIM CARD GSM PRABAYAR XL DI KOTA YOGYAKARTA)." *JURNAL MANAJEMEN BISNIS INDONESIA (JMBI)* 5.
- Diansyah. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Lenovo Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Moderating." *Media Studi Ekonomi* 19.
- Imam Ghozali. 2016. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS." Universitas Diponegoro Press.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Juwanto. 2020. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN RUMAH MAKAN RAHAYU DEMAK." Universitas Semarang.
- Lien-Ti Bei, dan Yu-Ching Chiao. 2006. "The determinants of customer loyalty: An analysis of intangible factors in three service industries." *International Journal of Commerce and Management* 16: 162–77.
- Lupiyoadi. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 2 ed. Salemba Empat.
- M. Syamsul Hidayat. 2020. "Pengaruh Harga dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Konsumen pada Café Dreamblack Coffee Mojokerto." *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management* 3.
- Philip Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran Millenium*. PT. Prehallindo.
- Philip Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Kelompok Gramedia.
- Philip Kotler, dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12 ed. Erlangga.
- Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. 12 ed. Erlangga.
- Rini Kartika Sari, dan Nanik Hariyana. 2019. "PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DAN KEPUASAN PELANGGAN ONLINE SHOPPING PADA REMAJA DI SITUBONDO." *JURNAL BISNIS DAN MANAJEMEN* 6.
- Saputra, M. H. (2021). Pengaruh Tulisan Peringatan Kesehatan "Health Warning" Di Kemasan Pringles Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Ekonomia*, 11(2), 38-43.
- Saputra, M. H., Firmasari, P., Fadillah, Y., Suratno, E., Kartika, Y. D., & Lie, K. P. (2023). Optimalisasi Nilai Perusahaan: Pengaruh Inflasi Terhadap Harga Saham Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 2(2).
- Saputra, M. H., Firmasari, P., Fadillah, Y., Mardiana, R., & Hassandi, I. (2023). Tantangan Sosial Ekonomi Pasca Covid-19 Menghadapi Era 5.0 Society Untuk Mencapai Kinerja Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 2(1), 146-151.
- Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati. 2013. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN, CITRA PERUSAHAAN DAN LOYALITAS PELANGGAN." Universitas Brawijaya.
- Shandy Widjoyo Putro. 2014. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden." *Jurnal Strategi Pemasaran* 2.
- Syafrial Syah. 2016. "PENGARUH HARGA (PRICE) DAN KUALITAS PELAYANAN (SERVICE QUALITY) TERHADAP KEPUASAN PASIEN RAWAT INAP DI RSU HAJI MEDAN." *Majalah Ilmiah Warta Dharmawangsa* 48.
- Tjiptono. 2017. *Strategi Pemasaran*. 4 ed. Andi Offset.
- Tjiptono, dan Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. 2 ed. Andi Offset.
- Wilbrodus R B Wijaya, Christine C. Widayati, dan Didin Hikmah Perkasa. 2023. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran ABC Di Pantai Indah Kapuk)." *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta* 1(3).
- Yetty Husnul Hayati, dan Gracia Sekartaji. 2015. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RESTORAN BEBEK DAN AYAM GORENG PAK NDUT SOLO." *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)* 1: 49–56.