



# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PELANGGAN SWASANA CAFE BERAU**

**Siti Munawaroh<sup>1,a</sup>, Meisy Alvionita<sup>2,b,\*</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi, Universitas Muhamadiyah Berau

<sup>ab</sup>Email: [siti010890@gmail.com](mailto:siti010890@gmail.com), [meisyvalvionita99@gmail.com](mailto:meisyvalvionita99@gmail.com)

Correspondent Email: [siti010890@gmail.com](mailto:siti010890@gmail.com)

## **Article History:**

Received: 17-01-2025; Received in Revised: 17-02-2025; Accepted: 24-02-2025

DOI: <http://dx.doi.org/10.35914/jemma.v8i1.3084>

## **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Swasana Cafe Kabupaten Berau, dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Partial Least Squares (PLS) dengan model Structural Equation Model (SEM) menggunakan SmartPLS Ver. 3.1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung kualitas produk dan kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun kualitas produk dan kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh positif tetapi tidak signifikan. Kemudian secara langsung kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Selanjutnya secara tidak langsung kepuasan mampu memediasi kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian, penulis menyarankan untuk meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan seperti menambah varian dan inovasi pada produk dan juga meningkatkan kecepatan dan keramahan staf agar lebih responsif terhadap pelanggan.*

**Kata Kunci :** Kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan, loyalitas

## **Abstract**

*This research aims to analyze the influence of product quality and service quality on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable at Swasana Cafe, Berau Regency, with a sample size of 97 respondents. The analytical method used is Partial Least Squares (PLS) with a Structural Equation Model (SEM) using SmartPLS Ver. 3.1. The results of this research show that product quality and service quality directly have a positive and significant influence on customer satisfaction. However, product quality and service quality directly have a positive but not significant effect. Then satisfaction directly has a positive and significant effect on loyalty. Furthermore, satisfaction can indirectly mediate product quality and service quality on customer loyalty. Based on the research results, the author suggests improving product quality and service quality, such as adding variants and innovations to products and also increasing the speed and friendliness of staff to be more responsive to customers.*

**Keywords:** Product quality, service quality, satisfaction, loyalty

## 1. PENDAHULUAN

Era industri saat ini persaingan pasar yang semakin ketat akan mempengaruhi usaha suatu perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar. Sektor industri makanan dan minuman merupakan sektor bisnis yang tidak akan ada habisnya dan tidak pernah surut, karena makanan dan minuman menjadi kebutuhan nomor satu bagi makhluk hidup. Peluang bisnis yang besar tersebut membuat investor berlomba-lomba untuk memasuki sektor makanan dan minuman. Cafe kini termasuk bidang bisnis yang paling populer. Perkembangan industri cafe di Indonesia sekarang ini sedang berkembang cukup pesat khususnya di Kabupaten Berau. Perkembangan bisnis cafe di Berau bisa dilihat banyak munculnya cafe-cafe baru dengan konsep yang unik. Semakin banyaknya muncul cafe baru di kota ini, semakin membuat persaingan yang kompetitif jadinya. Supaya bersaing dan bertahan di pasar, salah satu caranya perusahaan harus peka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan ke pelanggan agar tercipta kepuasan pelanggan. Kepuasan akan menciptakan kelekatan emosional terhadap nama perusahaan yang kemudian timbulnya kelayalan konsumen yang tinggi.

J. Supranto (2020), kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang mampu memenuhi dan atau melebihi harapan konsumen. Perusahaan harus memberikan kinerja dan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen karena akan menjadi kesan sendiri konsumen, Kepuasan itu sendiri oleh Kotler dan Keller (2019), adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) produk atau jasa yang dirasakan dengan harapan. Oleh karena itu bisnis perlu memberikan kinerja yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen sehingga dapat menghasilkan kepuasan konsumennya.

Pembahasan tersebut, dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Bukan hanya kualitas pelayanan, tetapi kualitas produk juga mempengaruhi. Berdasarkan uraian diatas menunjukkan, bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

Peneliti memilih bidang usaha di sektor minuman dan makanan, yaitu cafe yang terdapat di Jalan H. Isa 3, Kabupaten Berau, yaitu Swasana cafe. Cafe ini memiliki ruang terbuka dimana pengunjung dapat merasakan suasana yang nyaman. Semakin berkembang dan bertambahnya pelaku bisnis di bidang cafe ini, maka semakin membuat para pelakunya ditantang untuk dapat menciptakan diferensiasi unik dan positioning yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen diharapkan Swasana cafe di Kabupaten Berau dapat bersaing serta unggul dibanding kompetitornya.

Berlandaskan pertimbangan teoritis dan empiris sebagaimana telah dijelaskan di atas maka menarik untuk diteliti terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan swasana cafe berau.

## 2. METODELOGI

Penelitian ini terdiri dari variable Variabel eksogen (*exogenous*) yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, Variabel endogen (*endogenous*) yaitu loyalitas dan variable *intervening* yaitu kepuasan pelanggan.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan metode survei yaitu penelitian dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan dengan menyebar kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data. Penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah seluruh pelanggan Swasana cafe kabupaten Berau. Adapun jumlah populasi tidak diketahui oleh penulis. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dan *Purposive Sampling*. Penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Margin of error* menurut Arikunto (2014:75).

$$n = \frac{Z^2}{4 (moe)^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (10\%)^2}$$
$$n = \frac{3,8416}{0,04} = 96,54$$

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 97 pelanggan Swasana Cafe Kabupaten Berau dengan kriteria usia 17 tahun keatas dan pernah mengunjungi atau memesan produk dari Swasana cafe minimal 2x.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini menggunakan angket dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada responden melalui aplikasi Google Form dan juga menyebarkan secara langsung yang akan dibagikan kepada anak muda yang suka nongkrong di Swasana Cafe Kabupaten Berau.

Dalam penelitian ini alat analisis yang akan digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) yang berbasis *Partial Least Square* (PLS).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Deskripsi Responden

Tabel 1 Karakteristik Berdasarkan Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	43	44%
Laki-laki	54	56%

*Sumber: Data Hasil Kuesioner*

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki lebih banyak dibanding jenis kelamin Perempuan, sebanyak 56% atau 54 orang responden untuk laki-laki dibandingkan 44% atau 43 orang responden untuk perempuan. Kondisi demikian menunjukkan bahwa pelanggan Swasana Cafe di Kabupaten Berau kebanyakan kaum laki-laki dibandingkan wanita dikarenakan laki-laki lebih suka meminum kopi sambil dan nongkrong di Coffe Shop terutama Swasana Cafe di Kabupaten Berau.

Tabel 2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Percentase
< 20 tahun	36	37%
21 – 30 tahun	49	51%
31 – 40 tahun	12	12%
Total	97	100%

*Sumber: Data Hasil Kuesioner*

Berdasarkan tabel 2 kelompok usia responden, diperoleh bahwa usia responden yang paling banyak adalah responden yang berusia antara 21-30 tahun yaitu sebanyak 51%. Dan yang paling sedikit adalah responden yang berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 12% responden.

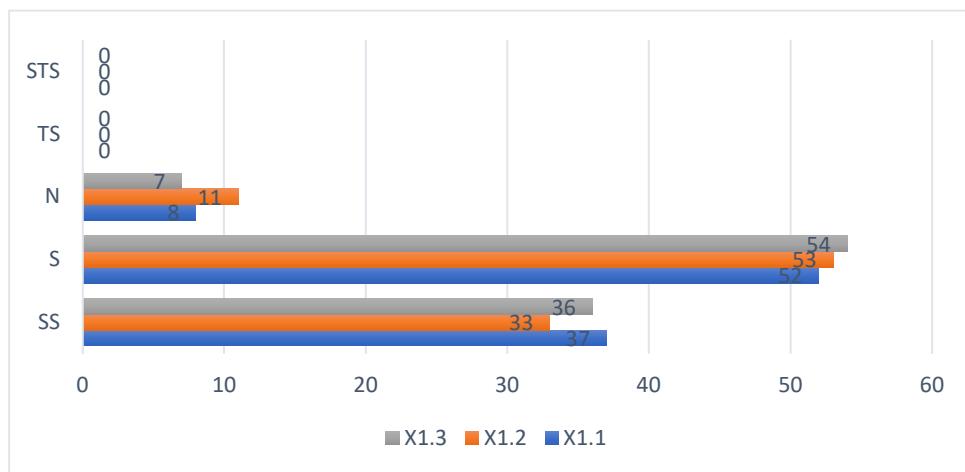
Tabel 3. Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Berkunjung ke Swasana Cafe

Banyaknya berkunjung	Jumlah	Percentase
< 2 kali	3	3%
> 2 kali	94	97%

*Sumber: Data Hasil Kuesioner*

Berdasarkan tabel 3 seberapa sering responden ke Swasana Cafe, diperoleh bahwa yang paling banyak adalah lebih dari 2 kali kunjungan yaitu sebanyak 97%. Dan yang paling sedikit adalah kurang dari 2 kali kunjungan yaitu sebanyak 3% responden.

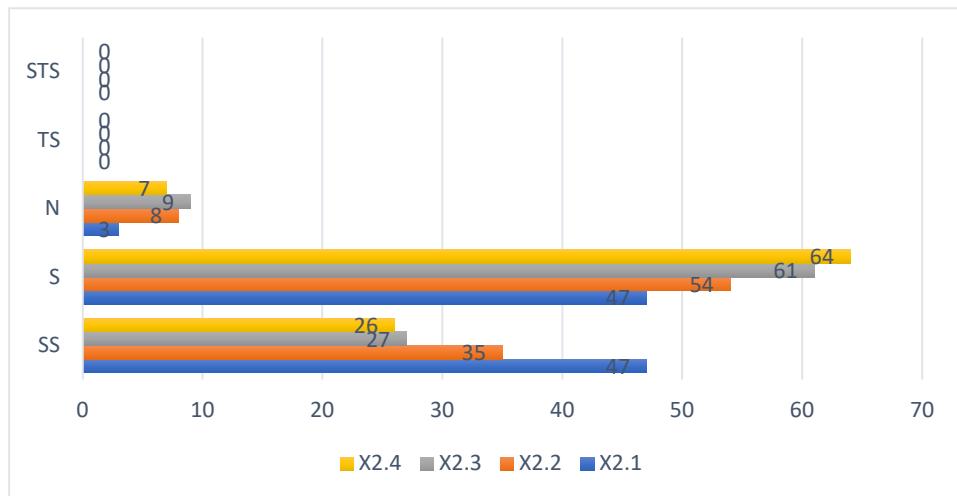
### Variabel Kualitas Produk



Gambar 1. Tanggapan terhadap Variabel Kualitas Produk

Gambar 1 di atas disimpulkan bahwa diperoleh jumlah kriteria (bila setiap butir pernyataan mendapat skor tertinggi)  $X_1 = 5 \times 97 \times 3 = 1455$ , Jumlah skor hasil pengumpulan data adalah 1244, dengan demikian, Kualitas produk menurut persepsi pelanggan 85,4% dari kriteria yang ditetapkan. Jawaban responden tentang variabel kualitas produk ( $X_1$ ), lebih besar pada jawaban setuju. Menurut persepsi pelanggan, kualitas produk Swasana Cafe di Kabupaten Berau sudah baik.

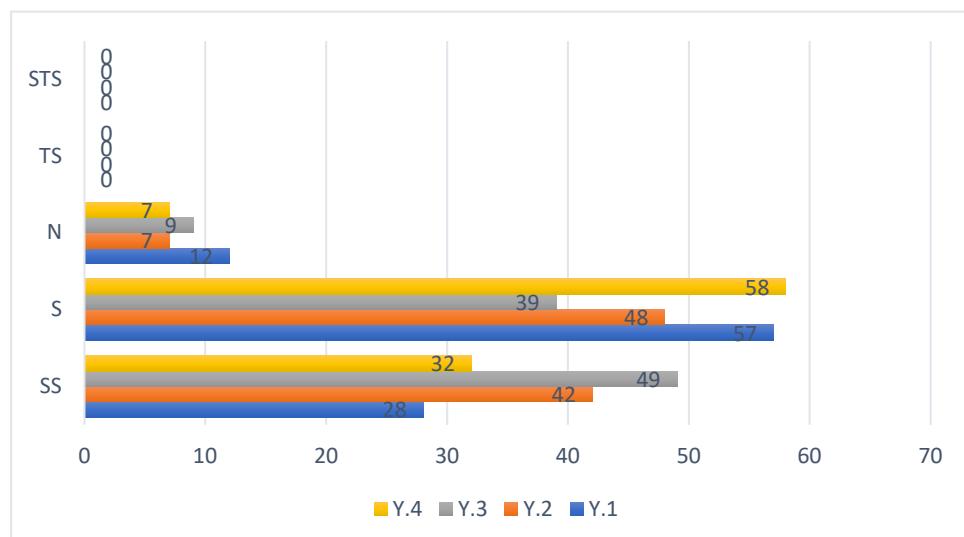
### Variabel Kualitas Pelayanan



Gambar 2 Tanggapan terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Gambar 2 di atas disimpulkan bahwa diperoleh jumlah kriteria (bila setiap butir pernyataan mendapat skor tertinggi)  $X_2 = 5 \times 97 \times 4 = 1940$ , Jumlah skor hasil pengumpulan data adalah 1660, dengan demikian, Kualitas produk menurut persepsi pelanggan 85,5% dari kriteria yang ditetapkan. Jawaban responden tentang variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ), lebih besar pada jawaban setuju. Menurut persepsi pelanggan, kualitas pelayanan Swasana Cafe di Kabupaten Berau sudah baik.

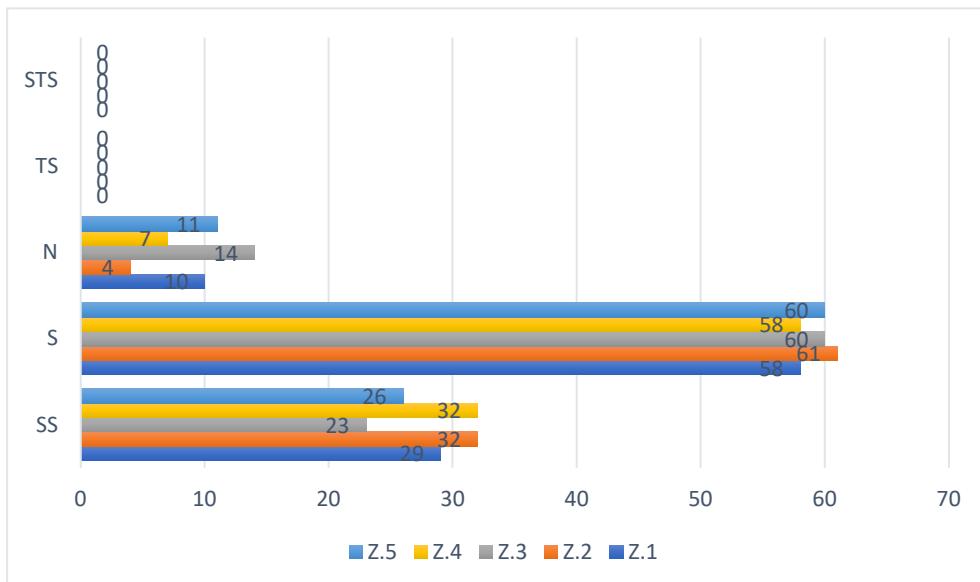
### Variabel Loyalitas Pelanggan



Gambar 3. Tanggapan terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan

Gambar 3 di atas disimpulkan bahwa diperoleh jumlah kriteria (bila setiap butir pernyataan mendapat skor tertinggi)  $Y = 5 \times 97 \times 4 = 1940$ , Jumlah skor hasil pengumpulan data adalah 1668, dengan demikian, Kualitas produk menurut persepsi pelanggan 85,9% dari kriteria yang ditetapkan. Jawaban responden tentang variabel loyalitas pelanggan (Y), lebih besar pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Swasana Cafe di Kabupaten Berau setia atau royal untuk berkunjung dan membeli produk disana.

### Variabel Kepuasan Pelanggan



Gambar 4. Tanggapan terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan

Gambar 4 di atas disimpulkan bahwa diperoleh jumlah kriteria (bila setiap butir pernyataan mendapat skor tertinggi)  $Z = 5 \times 97 \times 5 = 2425$ , Jumlah skor hasil pengumpulan data adalah 2036, dengan demikian, Kualitas produk menurut persepsi pelanggan 83,9% dari kriteria yang ditetapkan. Jawaban responden tentang variabel kepuasan pelanggan (Z), lebih besar pada jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Swasana Cafe di Kabupaten Berau merasakan kepuasan terhadap apa yang dirasakan pelanggan ketika berkunjung dan membeli produk disana.

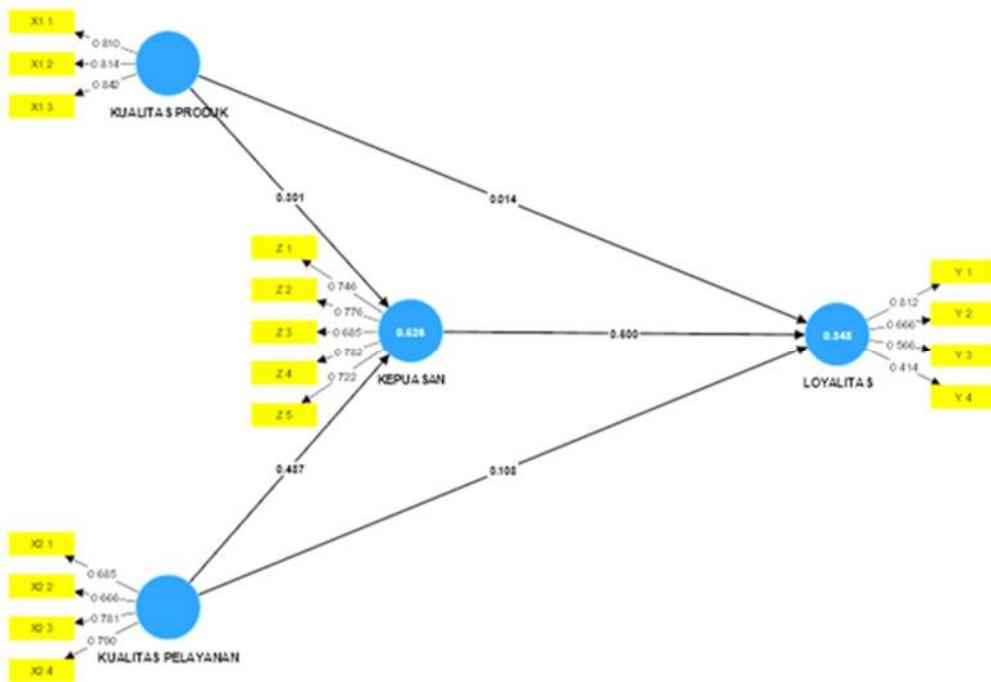
### Analisis dan Pembahasan

#### Analisis

Metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)*. PLS merupakan metode alternatif analisis dengan *Structural Equation Modelling (SEM)* yang berbasis *variance*. Pada penelitian ini, terdapat 16 variabel manifes dan 4 variabel laten yakni kualitas produk ( $X_1$ ) yang diukur dengan 3 variabel manifes, kualitas pelayanan ( $X_2$ ) yang diukur dengan 4 variabel manifes, loyalitas pelanggan (Y) yang diukur dengan 4 variabel manifes, kepuasan pelanggan (Z) yang diukur dengan 5 variabel manifes.

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* memerlukan 2 tahap untuk menilai *fit model* dari sebuah model penelitian.

## Analisis Model Struktural atau *Inner Model*



**Gambar 5. Model Stuktural**

Tabel 4. Nilai *R-Square*

	R-square	R-square adjusted
Z	0.526	0.515
Y	0.348	0.327

*Sumber: Diolah Menggunakan SmartPLS 3.1*

Hal ini berarti variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 52,6% dan sisanya 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Sedangkan bahwa nilai *R Square* untuk variabel loyalitas pelanggan adalah 0,348. Perolehan tersebut menjelaskan bahwa persentase besarnya loyalitas pelanggan adalah 34,8%. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 34,8% dan sisanya 65,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

## Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output *Path Coefficients* dan *Specific Indirect Effects*.

Tabel 5. *Path Coefficients*

	Koefisien Parameter	T Statistics ( 0/STDEV )	P Values
X1 -> Z	0.301	3.676	0.000
X2 -> Z	0.487	5.209	0.000
Z -> Y	0.500	3.528	0.000
X1 -> Y	0.014	0.097	0.923
X2 -> Y	0.108	0.713	0.476

Sumber: Diolah Menggunakan SmartPLS 3.1

Tabel 6. *Specific Indirect Effect*

	Koefisien Parameter	T Statistics ( 0/STDEV )	P Values
X1 -> Z-> Y	0.150	2.421	0.015
X2 -> Z->Y	0.243	2.992	0.003

Sumber: Diolah Menggunakan SmartPLS 3.1

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrap* terhadap sampel. Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian.

## Pembahasan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan koefisien parameter 0.301. selanjutnya berdasarkan *T-Statistics* sebesar  $3,676$  lebih besar dari tarafnya atau  $3,676 > 1,96$  dan *P-Values* sebesar 0,000 lebih kecil dari tarafnya atau  $0,000 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau, maka hipotesis pertama **diterima**.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif dengan koefisien parameter 0.487. selanjutnya berdasarkan *T-Statistics* sebesar  $5.209$  lebih besar dari tarafnya atau  $5,209 > 1,96$  dan *P-Values* sebesar 0,000 lebih kecil dari tarafnya atau  $0,000 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau, maka hipotesis kedua **diterima**.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah positif dengan koefisien parameter 0.500. Selanjutnya berdasarkan *T-Statistics* sebesar  $3,528$  lebih besar dari tarafnya atau  $3,528 > 1,96$  dan *P-Values*

sebesar 0,000 lebih kecil dari tarafnya atau  $0,000 < 0,05$ . Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau, maka hipotesis ketiga **diterima**.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan adalah positif dengan koefisien paramater sebesar 0.014. Selanjutnya berdasarkan *T-Statistics* sebesar 0,097 lebih kecil dari tarafnya atau  $0,097 > 1,96$  dan *P-Values* sebesar 0,923 lebih besar dari tarafnya atau  $0,923 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan adalah tidak signifikan. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau, maka hipotesis keempat **diterima**.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah positif dengan koefisien paramater sebesar 0.108. Selanjutnya berdasarkan *T-Statistics* sebesar 0,713 lebih kecil dari tarafnya atau  $0,713 > 1,96$  dan *P-Values* sebesar 0,476 lebih besar dari tarafnya atau  $0,476 < 0,05$ . hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan adalah tidak signifikan. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau, maka hipotesis kelima **diterima**.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan atau positif dengan koefisien parameter sebesar 0.150. Jika dilihat berdasarkan *T-Statistics* sebesar 2,421 lebih besar dari tarafnya atau  $2,421 > 1,96$  dan *P-values* sebesar 0,015 lebih kecil daritarafnnya atau  $0,015 < 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan atau signifikan, maka hipotesis keenam **diterima**.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan atau positif dengan koefisien paramater sebesar 0.243. Jika dilihat berdasarkan *T-Statistics* sebesar 2,992 lebih besar dari tarafnya atau  $2,992 > 1,96$  dan *P-values* sebesar 0,003 lebih kecil daritarafnnya atau  $0,003 < 0,05$  jika dilihat berdasarkan *T-Statistics* dan *P-values* hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan atau signifikan, maka hipotesis ketujuh **diterima**.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan analisis data sebagaimana telah dijelaskan, maka berikut kesimpulan yang dapat diambil bahwa secara langsung terdapat pengaruh positif dan sigifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Swasana Cafe di Kab. Berau. Kualitas produk merupakan salah satu faktor pendorong kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang memiliki kualitas baik. kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau memberikan pengaruh baik. Secara langsung terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau. Secara langsung terdapat pengaruh positif dan signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau. Hal ini tidak didukung dengan

penelitian sebelumnya oleh Lantuka et.al., (2017) dan Anggraeni et.al., (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Secara langsung terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau. Secara langsung terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau. Secara tidak langsung kepuasan pelanggan mampu memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Swasana Cafe di Kabupaten Berau.

Bagi Swasana Cafe hendaknya untuk menjaga dan meningkatkan kualitas dan citarasa produk serta menambah varian produk dengan mempertimbangkan targer pasar yang mayoritas anak muda sehingga akan terus berkembang dalam menciptakan inovasi. Selain itu agar Swasana Cafe lebih meningkatkan kecepatan, keramahan staf dan ketanggapan pelayanan agar lebih handal dan responsif dalam melayani pelanggan, apabila pelanggan selesai memesan pelayan hendaknya segera membersihkan peralatan makan yang kotor di meja, dengan meningkatkan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga pelanggan akan lebih loyal kepada Swasana Cafe.

## 5. Daftar Pustaka

- Almana, S. A., Sudarmanto, S., & Wekke, I. S. (2018). Pengukuran Kepuasan Pelanggan: Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: Deepublish.
- Anggraini, F., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen Gojek. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 8(3), 86-94.
- Astuti, Miguna dan Agni Rizkita. (2020). Pengantar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Deepublish. Hal. 2.
- Atmaja, dkk. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT. Pos Cabang Singaraja". *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Handayani, S. K. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Deepublish.
- Hartanto, A., & Andreani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, Vol 7, No(1), 1-6.
- Hasanuddin, M. R., Rachma, N., & Wahono, B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Pada Pelanggan Kedai Kopi Mr Beard Coffee Jl, Saxophone No. 47 Tunggul Wulung Lowokwaru Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(11), 39–53.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press
- Irawan, Richo, Safitri Nurhidayati, and Yulita Maria. "PENGARUH SISTEM CASH ON DELIVERY DAN GRATIS ONGKOS KIRIM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PADA MARKETPLACE TIKTOK SHOP." *CAM JOURNAL: Change Agent For Management Journal* 7.2 (2023): 37-47.
- \_\_\_\_\_. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Yogyakarta: UPN Veteran Yogyakarta.
- Kenneth, C. E., & Baack, D. (2018). Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communications (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. 17th ed. London: Pearson Education Limited.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. Upper Saddle River, NJ, 2019.
- Lantuka, Mandey dan Repi. 2017. Analisis Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Restoran Fastfood Pizza Hut Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA* Vol.5 No.2 Juni 2017. Hal. 1891 –1900 ISSN 2303-1174. Penelitian ini
- Maharani, R. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Mahardika, D. K. Wardana. (2019). *Peran Perempuan dalam Industri Ekonomi Kreatif Indonesia*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta, 2019. Halaman 32-41.
- Muhammad, S., & Melinda, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Jasa Salon Kecantikan di Kota Tarakan. *Jurnal Ilmu Manajemen Bisnis*, 2(1), 1-12.
- Santoso, A. (2014). *Structural Equation Modeling (SEM): Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Budi Utama.
- Supranto, J. (2020). *Manajemen Mutu Pelayanan: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Edisi 14. Erlangga. Jakarta, 2020.
- Susanto, M., Astuti, D. R., & Mahendra, I. K. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Jasa Salon Kecantikan di Kota Tarakan. *Jurnal Ilmu Manajemen Bisnis*, 2(1), 1-12.
- Tjiptono, Fandy, dan Diana Diana. 2020. *Manajemen Pemasaran Modern*. Penerbit Andi. . (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Widjoyo, A., & Istiqomah, E. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 1-12.