



Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3

Jerry Prasadana Putra¹, Tumpal Janji Raja Sitinjak²

^{1,2} Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

¹ tjr_sitinjak@yahoo.com

Article Info	ABSTRAK
<p>Sejarah Artikel: Diterima 14 Maret 2022 Disetujui 20 Maret 2022 Diterbitkan 25 Maret 2022</p>	<p>Perkembangan jaman masyarakat pada saat ini telah mengalami perubahan gaya hidup (<i>lifestyle</i>). Perubahan gaya hidup ini telah banyak mempengaruhi pola pikir, tingkah dan budaya masyarakat salah satunya adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang gemar berkumpul di <i>café</i> atau <i>coffee shop</i>. Terdapat beberapa ulasan pelanggan tentang kualitas produk dan harga produk, maka dari itu perlu dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelanggan yang mengkonsumsi Kopi Starbucks Di Summarecon Mall Kelapa Gading 3 dalam 6 bulan terakhir pada bulan Februari 2022 melalui <i>Google Form</i>. Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner di analisis dengan uji deskriptif, uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi linear berganda kemudian diolah menggunakan program SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan responden sangat setuju bahwa kualitas produk dan harga Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading baik. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Starbucks Di Summarecon Mall Kelapa Gading 3.</p>

Keyword:

Kualitas Produk,
Harga,
Kepuasan Pelanggan

Keyword:

Product Quality,
Price,
Customer Satisfaction

ABSTRACT

The development of society at this time has experienced changes in lifestyle (lifestyle). This lifestyle change has greatly influenced the mindset, behavior and culture of the community, one of which is the habit of certain community groups who like to gather in cafes or coffee shops. There are several customer reviews about product quality and product prices, therefore it is necessary to do this research to determine the Effect of Product Quality and Price on Customer Satisfaction Starbucks Coffee at Summarecon Mall Kelapa Gading 3. The independent variables in this study are product quality and price while the dependent variable in this study is customer satisfaction. This research was conducted by distributing questionnaires to customers who consumed Starbucks Coffee at Summarecon Mall Kelapa Gading 3 in the last 6 months in February 2022 via Google Form. The data obtained from the results of the questionnaire distribution were analyzed using descriptive tests, validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression tests and then processed using the SPSS version 20 program. The results showed that respondents strongly agreed that the product quality and price of Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading is good. This study found that product quality and price had a positive and significant effect on customer satisfaction. The conclusion of this study is that the variables of product quality and price have a positive and significant effect on Starbucks customer satisfaction at Summarecon Mall Kelapa Gading 3.



PENDAHULUAN

Perkembangan jaman masyarakat pada saat ini telah mengalami perubahan gaya hidup (*lifestyle*). Perubahan gaya hidup ini telah banyak mempengaruhi pola pikir, tingkah dan budaya masyarakat. Gaya hidup urban merupakan gaya hidup baru yang menjamur di kalangan masyarakat saat ini. Salah satunya adalah kebiasaan kelompok masyarakat tertentu yang gemar berkumpul di *café* atau *coffee shop*.

Kebiasaan masyarakat yang gemar berkumpul di *Coffe Shop* membuat Indonesia menjadi salah satu negara yang mengalami kenaikan konsumsi kopi (Liputan.6 com, 2021). Menurut Direktur Pengolahan dan Pemasaran Hasil Perkebunan Kementerian Pertanian Dedi Junaedi menyatakan, produksi kopi Indonesia 72 persen robusta, 27 persen arabika dan 1 persen liberika. Volume ekspor tahun 2020 mencapai 379.354 ton dengan nilai USD 821.937.000 dan impor volume 15.693 ton nilai USD36.365.545. K

Kenaikan konsumsi kopi menjadi peluang bisnis bagi pengusaha yang mencoba peruntungannya membuat usaha *coffee shop*. DKI Jakarta menjadi kota incaran pengusaha dalam mendirikan usahanya. Jumlah *coffee shop* di DKI Jakarta setiap tahunnya semakin meningkat, khususnya gerai Starbucks. Secara total pada tahun 2021 ada 478 gerai Starbucks yang tersebar di seluruh Indonesia (Sumber: databoks). Ada beberapa gerai Starbucks yang tersedia di Summarecon Mall Kelapa Gading salah satunya adalah di Gading 3.

Dalam membangun suatu usaha sebelum mendirikan tempatnya ialah merencanakan produk sebaik mungkin mulai bahan baku sampai dapat di konsumsi oleh pelanggan. Untuk membuat suatu produk diperlukan bahan baku, bahan baku yang dipilih harus berkualitas. Kualitas produk menjadi peran penting dalam penjualan. Kualitas yang baik akan mendatangkan permintaan yang banyak. Menurut Kotler & Keller, (2016:164) kualitas produk ialah keterampilan barang yang menampilkan hasil yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi dari pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Jaya et al., (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas yang dimiliki suatu produk akan mempengaruhi niat beli pelanggan, maka perlu untuk diciptakan produk yang berkualitas agar pelanggan merasa puas. Penelitian ini sejalan penelitian Herlambang & Komara, (2021) menyimpulkan bahwa kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haris & Welsa, (2018) yang menyatakan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain dari kualitas produk salah satu faktor yang mendorong kepuasan pelanggan berdasarkan Purnamasari (2015:3) dalam Setyo, (2017) menjelaskan bahwa harga bagi konsumen merupakan pertimbangan penting konsumen untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut. Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3.

METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini ialah Starbucks yang berada di Summarecon Mall Kelapa Gading 3. Subjek yang dituju pada penelitian ini ialah pelanggan Starbucks yang mengkonsumsi Kopi Starbucks dalam jangka waktu 6 bulan terakhir. variabel yang akan dianalisis dari penelitian ini, yakni independen (kualitas Produk dan harga) serta dependen (kepuasan pelanggan).

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan memakai angket. Angket merupakan pertanyaan tertulis yang diedarkan kepada responden untuk mengumpulkan informasi. Angket digunakan untuk permasalahan mengenai kecenderungan kesalahan penggunaan bahasa di ruang publik yang ditujukan kepada responden untuk menanyakan pendapat responden tentang hal tersebut. Angket yang digunakan yaitu berupa kuesioner yang berisikan butir pertanyaan yang sehubungan dengan variabel-variabel penelitian ini melalui *google form* yang disebarikan kepada pelanggan Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading 3.

Teknik analisis data yakni bagaimana cara menemukan, mendapatkan, serta mengelola data secara lebih terstruktur dan didapat dari berbagai cara, seperti hasil bertanya secara langsung kepada responden, data - data informasi pendukung, penyebaran kuesioner berupa pertanyaan dan pernyataan, serta dapat mengaplikasikan hasilnya dari software yang ada. Untuk itu, teknik analisis data yang diaplikasikan pada penelitian ini yaitu analisis regresi berganda dengan pendukung *software* SPSS 20.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reabilitas

Metode penelitian menggunakan *software* SPSS 20, uji validitas pada setiap indikator. Dengan jumlah 30 responden, jika nilai uji $> 0,361$ dinyatakan valid dan dinyatakan reliabel bila nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Dari hasil pengolahan data pra-kuisisioner pada 30 responden, diperoleh hasil data dibawah ini:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Variabel	Indikator	CICT	Validitas	Cronbach's Alpha	Reabilitas
Kualitas Produk	P1	0,722	Valid	0,859	Realiabel
	P2	0,706	Valid		
	P3	0,651	Valid		
	P4	0,640	Valid		
	P5	0,582	Valid		
	P6	0,609	Valid		
Harga	H1	0,527	Valid	0,809	Realiabel
	H2	0,674	Valid		
	H3	0,698	Valid		
	H4	0,623	Valid		
Kepuasan Pelanggan	KP1	0,681	Valid	0.891	Realiabel
	KP2	0,752	Valid		
	KP3	0,869	Valid		
	KP4	0,751	Valid		
	KP5	0,642	Valid		

Analisis Deskriptif

Nilai mean pada kualitas produk sebesar 4,42 dengan hasil mean terendah 4,18 dan mean tertinggi 4,58. Bilamana diukur dengan rentang skala 4,20 – 5,00 yakni berada pada posisi sangat setuju. Dapat diartikan bahwa konsumen puas terhadap kualitas produk yang diberikan Kopi Starbucks di Summarecon Mall Kelapa Gading 3.

Nilai mean pada harga sebesar 4,26 dengan hasil mean terendah 3,93 dan mean tertinggi 4,44. Bilamana diukur dengan rentang skala 4,20 – 5,00 yakni berada pada posisi sangat setuju. Dapat diartikan bahwa konsumen puas terhadap harga kopi yang ditawarkan Starbucks Summarecon Mall Kelapa Gading 3.

Nilai mean pada Kepuasan pelanggan sebesar 4,33 dengan hasil mean terendah 3,14 dan mean tertinggi 4,50. Bilamana diukur dengan rentang skala 4,20 – 5,00 yakni berada pada posisi sangat setuju. Dapat diartikan bahwa variabel kepuasan pelanggan sudah memenuhi kebutuhan atau keinginan dari pelanggan.

Tabel 2 Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	Mean	Hasil		Kategori
		Tertinggi	terendah	
Kualitas Produk	4,42	4,58	4,18	Sangat Setuju
Harga	4,26	4,44	3.93	Sangat Setuju
Kepuasan Pelanggan	4,33	4,50	4,14	Sangat Setuju

Asumsi Klasik Uji Normalitas

Tabel 3 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		99
	Mean	0E-7
Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2.82276821
	Absolute	.086
Most Extreme Differences	Positive	.060
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.855
Asymp. Sig. (2-tailed)		.458

Setelah mendapatkan hasil yang tertera pada tabel 3, nilai *sig two tailed* yang diperoleh yakni 0,458. Sesuai dengan ketentuan hasil signifikansi pada penelitian ini $> 0,05$, maka penelitian ini nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Tabel 4 Uji Multikolonieritas

	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,596	1,677	Tidak terjadi multikolonieritas
Harga (X2)	0,596	1,677	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber: SPSS versi 20

Adapun hasil yang diperoleh pada tabel 4 sesuai dengan ketentuan bahwa untuk bisa dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas, nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Penelitian ini mendapatkan hasil nilai tolerance $0,596 > 0,10$ dan nilai VIF $1,677 < 10$ menyatakan bahwa tidak terjadi multikolonieritas diantara variabel variabel independen

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

	Nilai Sig (2-tailed)	Kriteria nilai Sig. (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,979	0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Harga (X2)	0,200	0.05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: SPSS versi 20

Berdasarkan tabel 5 Kualitas produk mendapatkan nilai *sig two tailed* ialah 0,979. Hasil ini telah melewati nilai ketentuan signifikansi sebesar 0,05, sehingga kesimpulannya yakni variabel kualitas produk tidak terjadi heteroskedastisitas. Harga mendapatkan nilai *sig two tailed* ialah 0,200. Hasil ini telah melewati nilai ketentuan signifikansi sebesar 0,05, sehingga kesimpulannya yakni variabel harga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Berganda

Tabel 6 Uji Regresi Berganda

	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>		
	B	<i>Std. Error</i>	Beta	t	Sig.
(Constant)	0,026	0,287		0,090	0,929
Kualitas Produk (X1)	0,453	0,114	0,379	3,969	0,000
Harga (X2)	0,459	0,113	0,387	4,053	0,000

Berdasarkan tabel 6 Nilai konstanta sebesar 0,026 menyatakan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) dianggap konstan, maka akan menaikkan kepuasan pelanggan sebesar 0,026. Koefisien untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,453 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% dari kualitas produk, maka akan membuat peningkatan pada variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.453. Hal tersebut dapat mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas produk yang diciptakan dapat memberikan Kepuasan kepada pelanggan.

Uji Kelayakan Model

Tabel 7 Uji Kelayakan Model

F	Sig	Keterangan
44,138	0,000	Tolak H_0

Berdasarkan tabel 7 menjelaskan hasil dari uji F, nilai F hitung 44,138 lebih besar dari F table (44,138 > 3,0,9) dan nilai signifikansi menunjukkan 0,000 lebih kecil dari alpha (0,000 < 0,05); maka tolak H_0 dan terima H_a , Dari hasil uji statistik F tersebut dapat dikatakan bahwa hipotesis diterima atau variabel independen Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y) maka dapat dikatakan bahwa model penelitian ini layak untuk diuji.

Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Tabel 8 Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Variabel	Koefisien Regresi	T	Sig
Kualitas Produk	0,453	3,969	0,000
Harga	0,459	4,053	0,000

Sumber: SPSS versi 20

Melalui Software SPSS 20.0 diketahui nilai koefisien sebesar 0,453, nilai t hitung sebesar 3,969 dan t tabel senilai 1.98472. Nilai Sig 0,000 < 0,05, maka diperoleh hasil H_0 ditolak dan H_1 di terima dengan begitu dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas produk mampu dikatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Melalui Software SPSS 20.0 diketahui nilai koefisien sebesar 0,459, nilai t hitung senilai 4,053 dan t tabel senilai 1.98472. Nilai Sig 0,000 < 0,05, maka diperoleh hasil H_0 ditolak dan H_1 di terima dengan begitu dapat dinyatakan bahwa variabel harga mampu dikatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi (R²)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,692 ^a	0,479	0,468	2,85202

Sumber: SPSS versi 20

Sesuai pada tabel 9 koefisien determinasi variabel kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan peroleh hasil berupa *R Square* ialah 0,479 atau jika dipersentase sebanyak 47,9%. Sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 52,1% (100% - 47,9%).

PEMBAHASAN

1. Berdasarkan hasil skor rata-rata variabel kualitas produk, terdapat lima indikator dari enam indikator mendapatkan penilaian tinggi mengarah kepada pernyataan sangat setuju. Akan tetapi, ada satu indikator yang mendapatkan penilaian rendah mengarah kepada pernyataan setuju ialah “kopi Starbucks dapat bertahan dengan waktu yang cukup lama”, artinya dari penilaian ini bahwa daya tahan kopi Starbucks tidak sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Artinya Responden merasa ketahanan dari Kopi Starbucks tidak sesuai dengan yang diinginkan pelanggan.
2. Berdasarkan hasil skor rata-rata variabel harga, terdapat tiga indikator dari empat indikator mendapatkan penilaian tinggi mengarah kepada pernyataan sangat setuju. Akan tetapi, ada satu indikator yang mendapatkan penilaian rendah mengarah kepada pernyataan setuju ialah “harga kopi yang ditawarkan Starbucks terjangkau”, artinya pelanggan belum sepenuhnya setuju terhadap keterjangkauan harga Starbucks. Oleh karena itu Starbucks harus menyesuaikan harga lagi dalam menanggapi masalah yang diajukan oleh pelanggan.
3. Berdasarkan hasil skor rata-rata variabel kepuasan pelanggan, terdapat empat indikator dari lima indikator mendapatkan penilaian tinggi mengarah kepada pernyataan sangat setuju. Akan tetapi, ada satu indikator yang mendapatkan penilaian rendah mengarah kepada pernyataan setuju ialah “Saya Akan tetap mengkonsumsi kopi Starbucks meskipun harga naik”. Oleh karena itu Starbucks harus mempertimbangkan kenaikan harga yang diberikan kepada pelanggan dengan kesesuaian kualitas produk yang dihasilkan.
4. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda ialah:
 - a. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bila Starbucks meningkatkan kualitas produk maka konsumen merasa puas. Hasil ini sesuai dengan pernyataan penelitian Alfian dan Edi (2021) ialah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan hingga penelitian ini didukung juga oleh penelitian Stephani Imanuela, dkk (2021), Dipo hardi, dkk (2021), dan Winda Jaya, dkk (2021).
 - b. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya bila Starbucks memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang didapatkan, maka pelanggan merasa puas. Hasil ini sesuai dengan pernyataan penelitian Francesco dan Firdaus (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan didukung juga oleh penelitian lainnya seperti Winda Jaya, dkk (2021), Eka Geovani dan Eka Avianti (2020), Anggita Sinaga, dkk (2020), serta Angga dan Budhi (2018).

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil data yang dimiliki oleh peneliti, maka peneliti dapat menarik kesimpulan yang menjelaskan secara keseluruhan dari penelitian ini. Kesimpulannya antara lain terbukti kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks Di Summarecon Mall Kelapa Gading 3. Terbukti Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks Di Summarecon Mall Kelapa Gading 3.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods* (12 th ed). Mc Graw-Hill.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management* (15th Ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (7th ed). Pearson Education Ltd.
- Kotler, Philip, Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2018). *Principles of Marketing : Eighth European Edition* (17th ed). Pearson Education Ltd. Retrieved from www.pearson.com/uk
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Amilia, Suri dan Asmara M. Oloan Nst (2017), Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. Aceh : Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol 6, No 1.
- Asti, E. G., & Ayuningtyas, E. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 01(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Dewantoro, D. H., & Istanto, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Coffee Shop Fihhi Pekanbaru). *Seminar Nasional Hasil Riset*, 21–28.
- Eka, D., Hamdani, Y., & Karim, S. (2018). Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(2), 89–98. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v16i2.6948>
- Haris, D., & Welsa, H. (2018). Kualitas dan Desain Produk dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Upajiwana Dewantara*, 2(2), 125–139. <https://doi.org/10.26460/mmud.v2i2.3265>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 7(2), 56–64. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Jaya, W., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen Kafe Family Kopi di Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 10(1), 46–62. Retrieved from <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/9591>
- Khairusy, M. A. (2017). *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Moderating*.
- Kusumawathi, N. W. G., Darmawan, D. P., & Suryawardani, I. G. . O. (2019). Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata*, 8(1), 1–10. <https://doi.org/10.24843/jaa.2019.v08.i01.p01>
- Laetitia, S. I., Alexandrina, E., & Ardianto, S. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Tanamera Coffee Pacific Plac. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(1), 1699–1721. <https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss1.pp1699-1721>
- Loo, P., & Kristina. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pasar Swalayan Maju Bersama Glugur. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 6(1), 68–78. Retrieved from <https://kohesi.sciencemakarioz.org/index.php/JIK/article/view/329>
- Mu'tashim, M. I., & Slamet, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 10(2), 118–132. <https://doi.org/10.29244/jmo.v10i2.30131>
- Sartika, D., & Basriani, A. (2018). Hubungan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Keripik Nenas di Desa Kualu Nenas Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Procuratio*, 6(3), 313–322.
- Setyandi, A. D., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Harga, Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Starbucks East Coast Center Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(9), 1–15.

Retrieved from <http://jurnal mahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1657>

- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *Jurnal Performa*, 1(6). Retrieved from <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/404>
- Sondak, C., Tumbel, A., & Lintong, D. (2021). Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Indogrosir Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(2), 754–764. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.38323>
- Tandra, M. M., Lumanauw, B., & Rogi, M. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Era New Normal Pada Starbucks Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 1476–1484. <https://doi.org/10.35794/emba.v9i4.36182>
- Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Tempat, dan Store Atmosphere terhadap Kepuasan Pelanggan Pada warkop Benpadang Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 51–59.
- Warere, O. P., & Mandagie, Y. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(1), 1014–1022. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i1.38667>
- Wibowo, A. E. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Xiaomi di Kota Magelang. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*, 449–461. Retrieved from <https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/3328>
- Annur, C. M. (2020). Konsumsi Kopi Domestik di Indonesia Terus Meningkat selama 5 Tahun Terakhir. Retrieved from [Databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id) website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/24/konsumsi-kopi-domestik-di-indonesia-terus-meningkat-selama-5-tahun-terakhir>
- Awaludinromdloni. (2018). Review Starbucks Coffee. Retrieved from [Zomato.com](https://www.zomato.com/jakarta/starbucks-coffee-kelapa-gading/reviews) website: <https://www.zomato.com/jakarta/starbucks-coffee-kelapa-gading/reviews>
- Cahya, K. D. (2018). Kopi Sumatra Paling Digemari di Seluruh Starbucks Dunia. Retrieved from [Kompas.com](https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/07/061400420/kopi-sumatra-paling-digemari-di-seluruh-starbucks-dunia) website: <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/03/07/061400420/kopi-sumatra-paling-digemari-di-seluruh-starbucks-dunia>
- Dwijayanto, A. (2019). Starbucks Coffee akan membuka 10 gerai lagi di kuartal IV-2019. Retrieved February 13, 2022, from <https://industri.kontan.co.id/news/Starbucks-Coffee-akan-mebuka-10-gerai-lagi-di-kuartal-iv-2019#:~:text=KONTAN.CO.ID-JAKARTA,di%20berbagai%20kota%20di%20Indonesia>
- Erickkt. (2021). Review Starbucks Coffee. Retrieved from [PergiKuliner.com](https://pergikuliner.com/restaurants/jakarta/starbucks-reserve-kelapa-gading) website: <https://pergikuliner.com/restaurants/jakarta/starbucks-reserve-kelapa-gading>
- Jeremiih. (2019). Review Starbucks Coffee. Retrieved from [Zomato.com](https://www.zomato.com/jakarta/starbucks-coffee-kelapa-gading/reviews) website: <https://www.zomato.com/jakarta/starbucks-coffee-kelapa-gading/reviews>
- Liputan6.com. (2021). Indonesia Duduki Peringkat ke-2 Pengekspor Kopi Dunia. Retrieved from <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4603301/indonesia-duduki-peringkat-ke-2-pengekspor-kopi-dunia>
- Nabila, M. (2019). Rawan Banji: Mengapa Kawasan Kelapa Gading tetap Jadi Pilihan? Retrieved January 29, 2022, from <https://jakarta.bisnis.com/read/20190817/384/1137760/rawan-banjir-mengapa-kawasan-kelapa-gading-tetap-jadi-pilihan>

- Pusparisa, Y. (2021). 10 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar Dunia. Retrieved from databoks.katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/13/10-negara-dengan-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>
- Rizaty, M. A. (2021). Starbucks Coffee Miliki 32,8 Ribu Gerai Resmi di Seluruh Dunia, Terbanyak di AS. Retrieved January 29, 2022, from [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/Starbucks Coffee-miliki-328-ribu-gerai-resmi-di-seluruh-dunia-terbanyak-di-as](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/08/26/Starbucks-Coffee-miliki-328-ribu-gerai-resmi-di-seluruh-dunia-terbanyak-di-as)
- Situmorang, R. T. (2022). Berkat Starbucks Coffee, Mesin Uang MAP Boga (MAPB) Masih Deras. Retrieved February 13, 2022, from [https://market.bisnis.com/read/20200827/192/1283936/berkat-Starbucks Coffee-mesin-uang-map-boga-mapb-masih-deras-](https://market.bisnis.com/read/20200827/192/1283936/berkat-Starbucks-Coffee-mesin-uang-map-boga-mapb-masih-deras-)
- Starbucks.co.id. (2018). Tentang Starbucks Indonesia. Retrieved February 13, 2022, from <https://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>
- Topbrand-award.com. (2021). Top Brand Index Fase 2 2021 Café Kopi. Retrieved from Top Brand Award website: <https://www.topbrand-award.com/en/2020/06/cafe-kopi-fase-2-2020/>
- Wikipedia. (2022). Starbucks. Retrieved from <https://id.wikipedia.org/wiki/Starbucks>