



PENGARUH KUALITAS PRODUK MINUMAN, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KOPI JANJI JIWA DI KELAPA GADING

Rendy Widjaja

Kwijaya47@gmail.com / 0857761295101

Dr. Ir. Abdullah Rakhman, M.M.

Abdullah.rakhman@kwikkiangie.ac.id

Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading melalui variable kualitas produk, kualitas layanan, citra merek, kepuasan pelanggan merupakan hal terpenting yang harus dicapai. Hal ini dikarenakan apabila semakin baik produk dan layanan yang diberikan, maka konsumen akan semakin terpuaskan.

Kepuasan konsumen adalah perilaku konsumen ketika produk/jasa yang mereka beli sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan mereka. Kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan teknik pengukuran terhadap atribut-atribut yang relevan dari produk yang ditawarkan.

Objek penelitian ini adalah Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik komunikasi dengan menyebarkan kuesioner. Untuk pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling* serta metode yang digunakan adalah *judgment sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier ganda.

Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi yaitu residu berdistribusi normal, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan tidak terdapat multikolinearitas. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen dan berdasarkan uji t dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05 sehingga hipotesis diterima.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen.

ABSTRAK

The purpose of this study is to determine consumer satisfaction from Janji Jiwa Coffe in Kelapa Gading through product quality, service quality and brand image variables, consumer satisfaction is the most important thing that must be achieved. This is because if the better the product and service is given, the consumer will be more satisfied.

Consumer satisfaction is the behavior of consumers when the product / service they buy meets the expectations or even exceeds their expectations. Consumer satisfaction can be measured using measurement techniques to the relevant attributes of the products offered.

The object of this research is the Janji Jiwa Coffe in Kelapa Gading. Data collection techniques using communication techniques by distributing questionnaires. For sampling, the technique used is non-probability sampling and the method used is judgment sampling. Data analysis techniques used in this study are the validity test, reliability test, descriptive analysis, classic assumption test and multiple linear regression analysis.

The classical assumption test results show that the regression model meets the assumption that residues are normally distributed, there is no heteroscedasticity, and there is no multicollinearity. The results of multiple regression analysis show that the regression model can be used to predict customer satisfaction and based on the t test it can be concluded that the product quality, service quality and brand image have a significance value below 0.05 so that the hypothesis is accepted.

The conclusion of this study is that product quality image has a positive effect on customer satisfaction, service quality have a positive effect on customer satisfaction and brand image have a positive effect on customer satisfaction for Janji Jiwa Coffee in Kelapa Gading

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Brand Image, Consumer Satisfaction.*





PENDAHULUAN

Bisnis di Indonesia semakin beragam, contohnya dibidang kuliner semakin banyak kreasi-kreasi makanan dan minuman baru yang bisa kita temukan. Konsumen di Indonesia pun selalu ingin mencari hal-hal yang menarik. Mengenai minuman yang sudah bisa kenal seperti *pop ice* yang dulu hanya di hidangkan dengan di *blender* saja, namun sekarang bisa di sajikan dengan diberikan berbagai *toping* yang di ciptakan untuk menarik minat konsumen.

Pada Tahun 2019 Industri makanan dan minuman akan tumbuh 9% menurut bisnis.tempo.co. Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto memperkirakan industri makanan dan minuman bakal tumbuh di atas 9 persen pada 2019 lantaran adanya tambahan investasi yang bakal masuk. Untuk tahun ini, Airlangga menyebut akan ada penanaman modal baru sebesar Rp 79 triliun. Sebanyak Rp 63 triliun akan ditanam pada sektor industri makanan dan minuman. “Naik 11 persen dari tahun lalu,” kata Ketua Umum Partai Golkar ini dalam keterangan resmi di Jakarta, Sabtu, 20 April 2019. Sementara Rp 2,8 triliun akan berasal dari industri alas kaki dan Rp 14 triliun dari industri tekstil dan produk tekstil (TPT) sebesar Rp 14 triliun. Khusus untuk investasi di industri TPT ini, kata Airlangga, jumlahnya juga melonjak hampir dua kali lipat dari tahun sebelumnya. (Sumber: Tempo.co.id (2019) ‘Industri Makanan dan Minuman Bakal Tumbuh 9 Persen.’)

Semakin ketatnya persaingan bisnis saat ini, terutama persaingan dari perusahaan yang menciptakan produk sejenis dengan perusahaan lain, sehingga membuat perusahaan harus bisa memutar otak dan lebih cepat menciptakan inovasi-inovasi baru untuk produknya. Perusahaan juga harus menerapkan konsep pemasaran untuk mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeliannya. Karena

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah mengetahui apa yang di butuhkan atau diinginkan konsumen.

Orang-orang bisa tidak hanya bisa menikmati kopi dirumah saja namun mereka kerap pergi ke warung untuk sekedar *ngopi* atau berbincang dengan kawannya. Kebiasaan minum kopi memang sudah ada sejak lama, namun baru-baru ini bisnis kopi sedang menjamur di Indonesia. Mula, banyak kedai-kedai kopi baru bermunculan yang unik nya mereka tidak hanya menyajikan kopi seperti kopi-kopi yang di jual di warung melainkan kopi dengan kreasi kopi kekinian.

Pertumbuhan gerai-gerai kopi modern ini melonjak tinggi dan menjamur di berbagai daerah. Dikutip dari Financial Times, jumlah kedai kopi artisan dan gerai kopi di Indonesia meningkat dua kali lipat dalam lima tahun terakhir. “Menjamurnya coffee shop ini jelas bukan tren semata, tapi menjadi tanda adanya pergeseran gaya hidup dalam menikmati kopi,” jawab Arief Said, pemilik Gordi Indonesia (sumber: Kumparan.com, 2019)

WartakotaLive.com (2018), menyatakan diperkirakan ada lebih dari 1500 kedai kopi yang tersebar di Jakarta dan sekitarnya. Oleh karena itu, kedai Kopi Janji Jiwa tidak mau ketinggalan dalam maraknya demam *coffee shop* yang sedang menjamur saat ini.

Kopi Janji Jiwa sendiri adalah salah satu dari sekian banyak kedai kopi yang bermunculan di Jakarta. Sejak didirikan nya Kopi Janji Jiwa pada tanggal 20 Juni 2018 sampai sekarang kedai yang satu ini masih saja dicari bagi penikmat kopi. Karena memiliki rasa yang khas dan unik Kopi Janji Jiwa bisa bersaing dengan kedai kopi yang ada di Jakarta.

Dari wawancara yang di lakukan, menurut republika.co.id. Sang CEO, Billy Kurniawan, mendirikan Kopi Janji Jiwa pertama kali di ITC Kuningan. Lama-kelamaan, *outlet* Kopi Janji

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Institusi Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Jiwa terus bertambah hingga mencapai 300 unit yang tersebar di 50 kota-kota di seluruh Indonesia. Waralaba atau *franchise* menjadi konsep bisnis kopi Janji Jiwa “Jadi kami ada 20 outlet buat *head office* dan sisanya *franchise*,” kata Public Relation kopi Janji Jiwa, Devina Christanty, di Outlet Kopi Janji Jiwa jilid 94, Setiabudi Jakarta Selatan. Kopi Janji Jiwa tidak memakai biji kopi Arabika, melainkan menggunakan biji kopi robusta yang berasal dari Sumatra. “Arabika itu jatuhnya asam dan (kandungan) *acid*-nya lebih tinggi. Jadi kalau dipakai buat kopi susu takutnya *enggak* seimbang,” ujar Devina menjelaskan, Seseorang yang meneguk Janji Jiwa, menurut Devina, akan merasa rasa kopinya kuat. Tetapi tidak terlalu pahit di lidah. (sumber: REPUBLIKA.co.id (2019) ‘Kopi Janji Jiwa, Bertahan dengan Racikan Robusta Sumatra’)

Banyak pilihan rasa yang di sajikan Kopi Janji Jiwa yang bisa dinikmati konsumen, yaitu:

- Kopi Susu (*Ice / Hot*)
- Kopi Hitam (*Ice / Hot*)
- Kopi Soklat (*Ice / Hot*)
- Amiracano (*Ice / Hot*)
- Soy Coffee Latte (*Ice / Hot*)
- Coffee Latte (*Ice / Hot*)
- Es Kopi Pokat
- Es Coco Presso

Kita pun bisa memberi topping pada minuman yang kita pilih namun akan dikenakan biaya tambahan, seperti:

- Cincau
- Coffee Jelly



- *Ice Cream.*

Tidak hanya minuman yang mengandung kopi, mereka juga menyediakan pilihan minuman

yang tidak mengandung kopi, seperti:

- Matcha (*Ice / Hot*)
- Soy Matcha Latte (*Ice / Hot*)
- Susu Soklat (*Ice / Hot*)
- Susu Hojicha (*Ice / Hot*)
- Soy Soklat (*Hot*)
- Soy Hojicha (*Hot*)
- Es Yoghurt Yuzu
- Es Madu Yuzu
- Soy Matcha Latte
- Susu Cincau
- Susu Kopi Jelly

Banyaknya Kedai kopi yang dibuka di beberapa daerah di Jakarta yang menimbulkan persaingan, dimana fenomena tersebut memungkinkan pelanggan untuk mempertimbangkan kedai kopi mana dengan produk kopi seperti apa yang dipilih konsumen, secara spesifik mengenai penelitian ini yang berkenaan dengan produk dan harga. Dikatakan pula bahwa bisnis kedai kopi ini dapat menjadi bisnis yang menguntungkan karena bahan baku yang mudah didapatkan dan produknya masih kekinian. Berikut merupakan pesaing dari Kopi Janji Jiwa:

1. Kopi Kenangan
2. Fore Coffee
3. Tali Hati
4. Kopi Luwak
5. Kopi Kata
6. Kopi Kurang Lebih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Kedai – kedai yang menjual kopi yang disebutkan diatas, menjual produk sejenis namun dengan harga dan penawaran produk yang berbeda-beda, sehingga dalam penelitian ini khususnya membahas mengenai produk dan harga yang ditawarkan berbeda dan unggul dari pesaing guna untuk mengetahui keputusan pembeliannya, karena pada umumnya pelanggan menginginkan produk dengan kualitas yang maksimal namun dengan harga yang sesuai bahkan lebih terjangkau dibanding pesaing dengan produk sejenis.

Adapun penelitian terdahulu yang dijadikan dasar penelitian saat ini, antara lain:

1. Yetty dan Gracia (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo” menyatakan hasil dari penelitian tersebut adalah kualitas produk pada Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo.
2. Dewy, Suharyono dan Kusumawati (2014) dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan KFC cabang Kawi Malang” menyatakan hasil dari penelitian tersebut adalah dimensi citra merek dan kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
3. Eugenia dan Suryono (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang” menyatakan hasil dari penelitian tersebut adalah Kualitas produk, kualitas layanan dan reputasi merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Klinik Kecantikan Cosmetic di Semarang.

Penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan bagaimana kualitas produk kualitas layanan dan citra merek dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu juga untuk dapat melihat bagaimana Kopi Janji Jiwa dapat meningkatkan kepuasan konsumennya dengan berbagai strategi yang dilakukan sehingga dapat menjadi pembelajaran serta meningkatkan kinerja yang lebih baik



lagi dari sekarang. Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut, dengan judul: “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading”.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di wilayah Kelapa Gading.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di wilayah Kelapa Gading.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap pelanggan Kopi Janji Jiwa di wilayah Kelapa Gading.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah produk minuman Janji Jiwa di Kelapa Gading. Sedangkan subyek penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian minuman di Janji Jiwa Kelapa Gading dalam beberapa bulan terakhir. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner secara *online* kepada responden Janji Jiwa di Kelapa Gading. Sehubungan dengan permasalahan yang telah disampaikan, maka ajakan dijelaskan obyek penelitian, desain penelitian, operasional variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data.

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, kualitas layanan, citra merek dan kepuasan konsumen. Berikut adalah pengukuran yang digunakan dalam masing-masing variabel tersebut:

1. Pengukuran Variabel Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu produk atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Pengukuran variabel kualitas produk dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1

Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk

Variabel	Dimensi	Instrumen	Skala
Kualitas Produk	Bentuk	1. Kopi Janji Jiwa memiliki ukuran yang pas. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki bentuk kemasan minuman yang baik.	Interval

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan lainnya yang sejenis tanpa izin IBI KKG.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI KKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI KKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Fitur	1. Kopi Janji Jiwa memiliki bahan pelengkap atau <i>topping</i> di dalam produknya. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki banyak pilihan menu minuman.	Interval
Kualitas Kinerja	1. Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas produk yang baik. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki produk yang menarik di mata pelanggan.	Interval
Kesesuaian Kualitas	1. Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas yang sesuai dengan yang ditawarkan. 2. Kopi Janji Jiwa sesuai dengan yang diinginkan pelanggan.	Interval
Ketahanan	1. Kopi Janji Jiwa memiliki masa kadaluarsa di dalam produknya. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki daya tahan lebih lama jika masuk lemari pendingin.	Interval
Keandalan	1. Kopi Janji Jiwa menawarkan cita rasa yang berbeda dibandingkan pesaing. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki kemasan yang berbeda dibandingkan pesaing.	Interval
Perbaikan	1. Kopi Janji Jiwa akan mengganti produk yang gagal atau rusak dalam produksinya.	Interval

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



		2. Kopi Janji Jiwa akan mengganti produk jika pesanan tidak memenuhi SOP.	
C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)	Gaya	1. Kopi Janji Jiwa memiliki rasa yang unik dibandingkan dengan pesaing. 2. Kopi Janji Jiwa memiliki ciri khas yang unik dibandingkan dengan pesaing.	Interval
	Kustomisasi	1. Kopi Janji Jiwa bersedia memenuhi keinginan khusus yang diminta konsumen. 2. Kopi Janji Jiwa menyediakan pilihan menu yang bervariasi.	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2016)

2. Pengukuran Kualitas Layanan

sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui totalitas fitur dan karakteristik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan tersebut. Pengukuran variabel kualitas layanan dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 3.2 di bawah ini.

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel Kualitas Layanan

Variabel	Dimensi	Instrumen	Skala
Kualitas layanan	Keandalan	1. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan layanan yang baik. 2. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan informasi yang akurat dalam menjelaskan produk.	Interval
	Daya Tanggap	1. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan respon yang cepat. 2. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu tepat dalam menanggapi kebutuhan konsumen	Interval

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	Jaminan	1. Karyawan Kopi Janji Jiwa dapat dipercaya dalam melayani konsumen	Interval
	Empati	1. Karyawan Kopi Janji Jiwa sudah baik dalam menangani kritik dan saran dari konsumen	Interval
	Bukti Fisik	1. Karywana Kopi Janji Jiwa selalu berpenampilan rapi dan menarik 2. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu menjaga kebersihan peralatan dan gerainya.	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2016:393)

3. Pengukuran Citra Merek

Persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen yang selalu di ingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam di benak konsumennya. Pengukuran variabel citra merek dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 3.3 di bawah ini.

Tabel 3.3

Operasionalisasi Variabel Citra Merek

Variabel	Dimensi	Instrumen	Skala
Citra Merek	Brand Identity (Indentias Merek)	1. Kopi Janji Jiwa memiliki logo yang mudah di kenali. 2. Merek Kopi Janji Jiwa merupakan merek yang mudah di kenali.	Interval
	Brand Personality (Personalitas Merek)	1. Saat membeli produk Kopi Janji Jiwa maka saya semakin percaya diri.	Interval



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

		2. Produk Kopi Janji Jiwa memiliki tampilan khas dan berbeda dari merek lain.	
	Brand Attitude and Behaviour (Sikap dan Perilaku Merek)	2. Karyawan Kopi Janji Jiwa yang cepat tanggap melayani pesanan konsumen. 3. Karyawan Kopi Janji Jiwa mampu bersikap bersahabat kepada konsumen.	Interval
	Brand Benefit and Competence (Manfaat dan Keunggulan Merek)	2. Produk Kopi Janji Jiwa adalah merek yang dapat diandalkan. 3. Produk Kopi Janji Jiwa adalah merek yang memiliki manfaat sesuai yang di janjikan.	Interval

Sumber: Kotler dan Keller (2013: 97)

4. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Pengukuran variabel kepuasan konsumen dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 3.4 di bawah ini

Tabel 3.4

Operasionalisasi Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
Kepuasan Konsumen	Fitur Produk dan Layanan	1. Saya puas dengan produk yang di tawarkan Kopi Janji Jiwa. 2. Saya puas dengan layanan yang diberikan Kopi Janji Jiwa.	Interval



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Emosi Konsumen	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya senang dengan produk yang di tawarkan Kopi Janji Jiwa karena memuaskan. 2. Saya senang dengan layanan yang diberikan Kopi Janji Jiwa karena memuaskan. 	Interval
Persepsi tentang Keadilan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena produk yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. 2. Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. 	Interval
Pelanggan lain, Anggota keluarga, dan Rekan Kerja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena pengalaman yang di dapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain. 2. Saya merekomendasikan Kopi Janji Jiwa ke kerabat dan teman saya. 	Interval

Sumber: Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2018: 159)

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memenuhi data yang diperlukan oleh penulis harus ditetapkan jenis data apa saja yang diperlukan, dari mana sumber datanya, dan dengan teknik apa data dikumpulkan:

1. Jenis dan Sumber Data

Di dalam penelitian ini, data yang diperoleh dari sumber data yang akan diteliti dan diambil dengan cara non-probability atau yang disebut dengan penarikan sampel



secara tidak acak. Sedangkan teknik pendekatan yang digunakan penulis adalah *judgement sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa sampel yang diambil mewakili pelanggan Kopi Janji Jiwa. Kriteria yang digunakan adalah yang pernah berbelanja di Kopi Janji Jiwa Kelapa Gading. Dalam penelitian ini jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 150 responden yang berdomisili di Kelapa Gading, Jakarta Utara.

2. Pengumpulan Data

Penulis mengumpulkan data berupa informasi dari konsumen yang pernah membeli produk minuman Janji Jiwa di Kelapa Gading. Dalam pengumpulan data, teknik yang dipakai adalah teknik komunikasi dimana teknik ini dilakukan dengan pembuatan kuisisioner melalui *Google Form* yang disebar kepada para responden yang pernah membeli produk minuman Janji Jiwa di Kelapa Gading. Jenis kuisisioner yang tertutup dan menggunakan skala likert dengan lima tingkatan, yaitu, STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, CS = Cukup Setuju, S = Setuju, SS = Sangat Setuju. Dalam pertanyaan ini responden hanya memilih satu jawaban yang paling sesuai dari lima alternatif jawaban tersebut. Sejumlah pertanyaan dalam kuisisioner ditanyakan kepada konsumen bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Janji Jiwa di Kelapa Gading. Jumlah kuisisioner yang akan digunakan adalah sebanyak 150 kuisisioner.

Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan melalui hasil kuisisioner dari responden kemudian diolah dengan SPSS untuk dapat dianalisis. Dalam menganalisis peneliti menggunakan beberapa metode analisis, yaitu sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif

a) Rata-Rata Hitung

Cara menghitung skor dengan menggunakan seluruh perkalian antara frekuensi dengan nilai skor masing-masing dibagi dengan jumlah total frekuensi.

$$X = \sum \frac{Fi \cdot Xi}{N}$$

Keterangan:

X : Skor rata-rata

Fi : Frekuensi pemilihan nilai

Xi : Skor (1, 2, 3, 4, 5)

n : Jumlah total frekuensi/data yang digunakan

2. Uji Validitas

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika indikator pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dalam penelitian ini akan digunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*.

Rumusnya dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r: Koefisien korelasi

$\sum X$: Jumlah skor item

$\sum Y$: Jumlah skor total item

N: Jumlah responden

3. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur sesuatu kuesioner yang menerapkan indikator dari variable. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan uji statistic Cronbach's Alpha. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai cronbach's alpha >0,60.

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini:

$$r = 11 \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



σ^2_t : Varian Total

$\sum \sigma^2_b$: Jumlah varian butir

k : Jumlah butir pertanyaan

r_{11} : Koefisien reliabilitas instrument

4. Analisis Presentasi

Data-data yang dikumpulkan dari kuesioner dibuat tabel untuk kategori data secara keseluruhan, selanjutnya data dalam data tersebut dipresentasikan untuk mengetahui tingkatan ranking terhadap masing-masing pertanyaan rumus presentase dapat dilibat sebagai berikut:

$$F_r = \frac{\sum F}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

Fr: Frekuensi relative

F: Frekuensi

n: Responden

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas residual

Uji normalitas residual dilakukan untuk melihat apakah residual yang dihasilkan dalam metode regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual yang berdistribusi normal. Uji asumsi klasik pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov – Smirnov.

Ho: residual data berdistribusi normal

Ha: residual data tidak berdistribusi normal

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dasar pengambilan keputusan:

Terima H_0 bila probabilitas ≥ 0.05

Tolak H_0 bila probabilitas < 0.05

b. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas terjadi jika terdapat korelasi linier yang sangat tinggi diantara beberapa atau semua variable independent. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas diantara variable bebas. Adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance atau VIF dari masing-masing variable dengan menggunakan software SPSS.

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai tolerance ≥ 0.10 atau VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance < 0.10 atau VIF ≥ 10 maka terdapat multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi jika ada ketidaksamaan varian dari suatu pengamatan ke pengamat lainnya. Jika varians residual dan satu pengamat ke pengamat yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, model regresi yang baik seharusnya homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi spearman.

6. Analisis Regresi Berganda

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Ghozali, I. (2016:8), analisis regresi berganda digunakan untuk menguji hubungan antara lebih dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

X_1 = Kualitas Layanan

X_2 = Kualitas Produk

X_3 = Citra Merek

Y = Kepuasan Konsumen

β_0 = Koefisien regresi

β_1 = koefisien regresi variable X_1

β_2 = koefisien regresi variable X_2

β_3 = koefisien regresi variable X_3

ε = komponen sisaan yang tidak diketahui nilainya

Hipotesis untuk penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak ada pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen.

H_a = Ada pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen

Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Terima H_0 , Jika sig >0,05

2. Tolak H_0 , jika sig <0,05

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Uji keberatian Model (Uji F)

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah model regresi penelitian *fit* dan layak untuk digunakan dalam penelitian. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu model regresi signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

$$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3$$

$$H_a = \text{Tidak semua } \beta = 0$$

1. Dari tabel ANOVA diperoleh nilai F hitung dan Sig. F untuk model regresi.
2. Bandingkan nilai Sig. F dengan $\alpha=0.05$
 - a. Jika nilai Sig. F ≥ 0.05 maka model tidak *fit* dan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian
 - b. Jika nilai Sig. F < 0.05 maka model *fit* dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi model regresi, apakah setiap variabel independent berpengaruh pada variable dependent. Pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis dari penelitian didasarkan pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variable independent pada pertimbangan signifikansi koefisien dari setiap variable independent terhadap variable dependent. Kriteria yang digunakan dalam menentukan suatu variable independent signifikan atau tidak signifikan dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

$$H_{01} : \beta_1 = 0$$

$$H_{a1} : \beta_1 > 0$$

$$H_{02} : \beta_2 = 0$$

$$H_{a2} : \beta_2 > 0$$

$$H_{03} : \beta_3 = 0$$

$$H_{a3} : \beta_3 > 0$$

1. Dari table *coefficient* diperoleh nilai t hitung dan Sig. 1 untuk masing-masing variable independent yang diuji
2. Bandingkan nilai Sig. t (*one tailed*) dengan $\alpha=0.55$
 - a. Jika nilai Sig.t $\geq \alpha$ maka variable independent tidak akan berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.
 - b. Jika nilai Sig.t $< \alpha$ maka variable independent berpengaruh signifikan terhadap variable dependent.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi menunjukkan seberapa besar variabel independent dalam model dapat menjelaskan variable dependent. Nilai koefisien determinasi adalah berkisar $0 \leq R^2 \leq 1$, dimana:

1. Jika $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
2. Jika $R^2 = 1$, berarti garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Uji Validitas

© Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas dengan menyebarkan pra-kuesioner kepada 30 responden yang sudah pernah membeli produk Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading sebanyak 1 kali atau lebih. Uji validitas dilakukan agar mengetahui apakah valid atau tidak pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam pra-kuesioner. Penelitian ini menggunakan asumsi r tabel (0,361) dan jika hasilnya lebih dari 0,361 maka pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas Variabel *Kualitas Produk*

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Bentuk			
1. Kopi Janji Jiwa memiliki ukuran yang pas.	0.724	0.361	Valid
2. Kopi Janji Jiwa memiliki bentuk kemasan yang baik.	0.653	0.361	Valid
Fitur			
3. Kopi Janji Jiwa memiliki bahan pelengkap atau topping di dalam produknya.	0.550	0.361	Valid
4. Kopi Janji Jiwa memiliki banyak pilihan menu minuman.	0.524	0.361	Valid
Kualitas Kinerja			

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Bentuk

1. Kopi Janji Jiwa memiliki ukuran yang pas.

2. Kopi Janji Jiwa memiliki bentuk kemasan yang baik.

Fitur

3. Kopi Janji Jiwa memiliki bahan pelengkap atau topping di dalam produknya.

4. Kopi Janji Jiwa memiliki banyak pilihan menu minuman.

Kualitas Kinerja

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



5. Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas produk yang baik.	0.652	0.361	Valid
6. Kopi Janji Jiwa memiliki produk yang menarik dimata pelanggan.	0.721	0.361	Valid
Kesesuaian Kualitas			
7. Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas sesuai dengan yang di tawarkan.	0.627	0.361	Valid
8. Kopi Janji Jiwa sesuai dengan yang diinginkan pelanggan.	0.695	0.361	Valid
Ketahanan			
9. Kopi Janji Jiwa memiliki masa kadaluarsa di dalam produknya.	0.503	0.361	Valid
10. Kopi Janji Jiwa memiliki daya tahan lebih lama jika masuk lemari pendingin.	0.586	0.361	Valid
Keandalan			
11. Kopi Janji Jiwa menawarkan cita rasa yang berbeda dibandingkan pesaing.	0.777	0.361	Valid

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Menyangkut seluruh atau sebagian hak kekayaan intelektual yang tercantum dalam karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritikan dan tinjauan suatu masalah.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel *kualitas produk* pada tabel 4.2,

didapat data bahwa semua r hitung lebih besar daripada r tabel yaitu 0.361, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam variabel *kualitas produk* valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Keandalan			
1. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan layanan yang baik.	0.760	0.361	Valid
2. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan informasi yang akurat dalam menjelaskan produk.	0.752	0.361	Valid
Daya Tanggap			
3. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan respon yang cepat	0.577	0.361	Valid

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu tepat dalam © menanggapi kebutuhan konsumen.	0.695	0.361	Valid
Jaminan			
5. Karyawan Kopi Janji Jiwa dapat dipercaya dalam melayani konsumen.	0.585	0.361	Valid
Empati			
6. Karyawan Kopi Janji Jiwa sudah baik dalam menanggapi keritik dan saran dari konsumen.	0.692	0.361	Valid
Bukti Fisik			
7. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu berpenampilan rapi dan menarik.	0.562	0.361	Valid
8. Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu menjaga kebersihan peralatan dan gerainya.	0.664	0.361	Valid

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel kualitas layanan pada tabel 4.3, didapat data bahwa semua r hitung lebih besar daripada r tabel yaitu 0.361, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam variabel kualitas layanan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

1. Dilarang menyalin atau menjiplak isi atau seluruhnya ke dalam tulisan atau karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Identitas Merek			
1. Kopi Janji Jiwa memiliki logo yang mudah di kenali,	0.518	0.361	Valid
Personalitas Merek			
2. Saat membeli produk Kopi Janji Jiwa maka saya semakin percaya diri.	0.576	0.361	Valid
3. Produk Kopi Janji Jiwa memiliki tampilan khas berbeda dari merek lain.	0.624	0.361	Valid
Sikap dan Perilaku Merek			
4. Karyawan Kopi Janji Jiwa yang cepat tanggap melayani pesanan konsumen.	0.544	0.361	Valid
5. Karyawan Kopi Janji Jiwa mampu bersikap bersahabat kepada konsumen.	0.628	0.361	Valid
Manfaat dan Keunggulan Merek			
6. Produk Kopi Janji Jiwa adalah merek yang dapat diandalkan.	0.583		Valid

© Hak cipta milik IBIKKG

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh isi laporan ini tanpa izin IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



7. Produk Kopi Janji Jiwa adalah merek yang memiliki manfaat sesuai yang dijanjikan.	0.706		Valid
--	-------	--	-------

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Citra Merek pada tabel 4.4, didapat data bahwa semua r hitung lebih besar daripada r tabel yaitu 0.361, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam variabel Citra Merek valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Fitur Produk dan Layanan			
1. Saya puas dengan produk yang ditawarkan Kopi Janji Jiwa.	0.778	0.361	Valid
2. Saya puas dengan layanan yang diberikan Kopi Janji Jiwa.	0.826	0.361	Valid
Emosi Konsumen			

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



3. Saya senang dengan produk yang ditawarkan Kopi Janji Jiwa karena memuaskan.	0.814	0.361	Valid
4. Saya senang dengan layanan yang ditawarkan Kopi Janji Jiwa karena memuaskan	0.815	0.361	Valid
Persepsi Tentang Keadilan			
5. Saya puas Kopi Janji Jiwa karena produk yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0.724	0.361	Valid
6. Saya puas Kopi Janji Jiwa karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0.787	0.361	Valid
Pelanggan Lain, Anggota Keluarga, dan Rekan Kerja			
7. Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena pengalaman yang di dapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain.	0.814	0.361	Valid
8. Saya merekomendasikan Kopi Janji Jiwa ke kerabat dan teman saya.	0.563	0.361	Valid

Sumber: Lampiran 12

1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh atau sebagian isi dari karya tulis ini tanpa menuliskan sumber dan menyebutkan sumber.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Kepuasan Konsumen pada tabel

4.5, didapat data bahwa semua r hitung lebih besar daripada r tabel yaitu 0.361, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan dalam variabel Kepuasan Konsumen valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menyebarkan pra-kuesioner kepada 30 responden yang sudah pernah membeli produk Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading sebanyak 1 kali atau lebih. Suatu kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai dari butir pertanyaan lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha yaitu 0.70.

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Kualitas Produk*

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.937	Reliabel

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Produk yaitu sebesar 0.937, lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha yaitu 0.70 yang berarti variabel Kualitas Produk reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Kualitas Layanan*

Cronbach's Alpha	Keterangan
------------------	------------



Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Layanan yaitu sebesar 0.887, lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha yaitu 0.70 yang berarti variabel Kualitas Layanan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.822	Reliabel

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas untuk variabel *Citra Merek* yaitu sebesar 0.822, lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha yaitu 0.70 yang berarti variabel Citra Merek reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Cronbach's Alpha	Keterangan
0.929	Reliabel

Sumber: Lampiran 13

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil uji reliabilitas untuk variabel *Kepuasan Konsumen* yaitu sebesar 0.929, lebih besar dari nilai Cronbach's Alpha yaitu 0.70 yang berarti variabel Kepuasan Konsumen reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian ini

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1. Analisis Profil Responden

a. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, didapatkan data mengenai jenis kelamin responden yang sudah pernah membeli produk Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading lebih dari 1 kali.

Tabel 4.10

Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	89	59.3%
Perempuan	61	40.7%
TOTAL	150	100%

Sumber: Lampiran 20

Tabel 4.10 didapatkan hasil bahwa jumlah responden laki-laki lebih besar dari jumlah responden perempuan. Responden laki-laki sebesar 89 orang atau 59.3% dan responden perempuan sebesar 61 orang atau 40.7%.

b. Usia Responden

Tabel 4.11

Profil Responden berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase
15-25 Tahun	131	87.3%
25-36 Tahun	19	12.7%

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



TOTAL	150	100%
-------	-----	------

Sumber: Lampiran 22

Dari Tabel 4.11, didapatkan hasil bahwa persentase terbesar adalah responden dengan usia 15-25 tahun yaitu sebesar 131 orang atau 87.3% dan persentase terkecil adalah responden dengan usia 25-36 tahun yaitu sebesar 19 orang atau 12.7%.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.12

Profil Responden berdasarkan Pekerjaan

Usia	Jumlah	Persentase
Pelajar	2	1.3%
Mahasiswa	111	74.0%
Wiraswasta	14	9.3%
Karyawan	23	15.3%
TOTAL	150	100%

Sumber: Lampiran 21

Dari Tabel 4.12, didapatkan hasil bahwa persentase terbesar adalah responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa yaitu sebesar 111 orang atau 74.0% dan persentase terkecil adalah responden pekerjaan sebagai pelajar yaitu sebesar 2 orang atau 1.3%.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



A. Analisis Variabel

1. Analisis Variabel Kualitas Produk

Terdapat delapan belas indikator untuk variabel Kualitas Produk dalam kuesioner, perhitungan skor masing-masing indikator dilakukan dengan melakukan analisis variabel sebagai berikut:

Tabel 4.13

Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Produk

No.	Pertanyaan	Nilai					Mean	Interval 95%
		STS	TS	N	S	SS		
Bentuk								
1	Kopi Janji Jiwa memiliki ukuran yang sesuai.	0	0	22	60	68	4.3	4.19 - 4.42
2	Kopi Janji Jiwa memiliki bentuk kemasan yang baik.	0	0	27	64	59	4.2	4.10 - 4.33
Fitur								
3	Kopi Janji Jiwa memiliki bahan pelengkap atau topping di dalam produknya.	0	6	24	68	52	4.1	3.98 - 4.24
4	Kopi Janji Jiwa memiliki banyak pilihan menu minuman.	0	1	16	68	65	4.3	4.20 - 4.42

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kualitas Kinerja								
5	Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas produk yang baik.	0	0	18	65	67	4.3	4.22 – 4.44
6	Kopi Janji Jiwa memiliki produk yang disukai pelanggan.	0	0	22	60	68	4.3	4.19 – 4.42
Kesesuaian Kualitas								
7	Kopi Janji Jiwa memiliki kualitas yang sesuai dengan yang ditawarkan.	0	0	17	71	62	4.3	4.19 – 4.41
8	Kopi Janji Jiwa sesuai dengan yang diinginkan pelanggan.	0	1	24	67	58	4.2	4.10 – 4.33
Ketahanan								
9	Kopi Janji Jiwa memiliki kadaluarsa di dalam produknya.	8	10	64	37	31	3.5	3.32 – 3.66
10	Kopi Janji Jiwa memiliki daya tahan lebih lama jika masuk lemari pendingin.	0	4	18	67	61	4.2	4.11 – 4.36
Keandalan								

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau menjiplak seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



11	Kopi Janji Jiwa menawarkan cita rasa yang berbeda dibandingkan pesaing.	0	8	35	63	44	3.9	3.81 – 4.10
12	Kopi Janji Jiwa memiliki kemasan yang berbeda dibandingkan pesaing.	2	16	47	47	38	3.7	3.52 – 3.85
Perbaikan								
13	Kopi Janji Jiwa akan mengganti produk yang gagal atau rusak dalam pembuatannya.	0	2	44	56	48	4.0	3.87 – 4.13
14	Kopi Janji Jiwa akan mengganti produk jika pesanan tidak memenuhi Standard Operasional Perusahaan (SOP).	0	1	45	53	51	4.0	3.90 – 4.16
Gaya								
15	Kopi Janji Jiwa memiliki rasa yang unik dibandingkan dengan pesaing.	0	10	32	67	41	3.9	3.79 – 4.07
16	Kopi Janji Jiwa memiliki ciri khas yang unik dibandingkan pesaing.	0	5	32	57	56	4.1	3.96 – 4.23

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

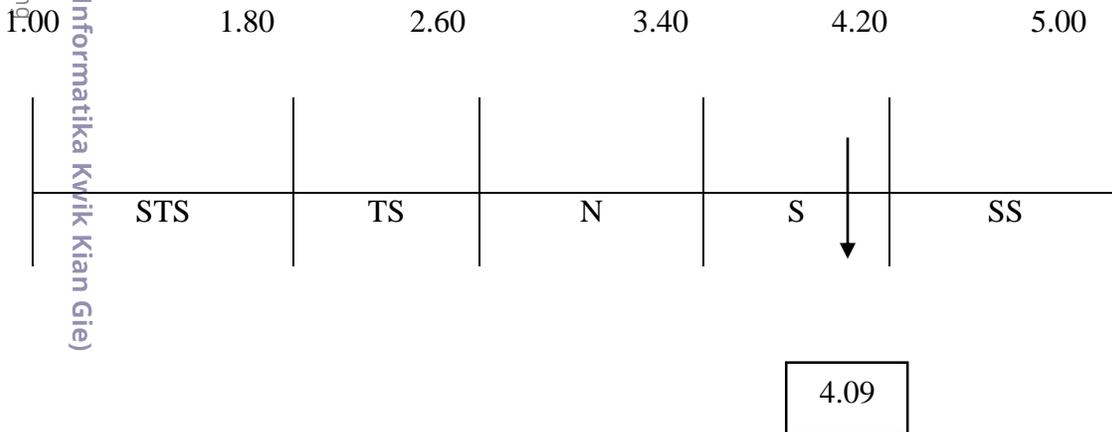
Hak Cipta Ditunduk Undang-Undang

Instytut Bnis dan Informatika Kwik Kian



Kustomisasi								
17	Kopi Janji Jiwa bersedia memenuhi keinginan khusus yang diminta konsumen.	0	3	34	57	56	4.1	3.97 – 4.24
18	Kopi Janji Jiwa menyediakan pilihan menu yang bervariasi.	0	2	19	63	66	4.3	4.17 – 4.40
Rata-rata Variabel Kualitas Produk							4.09	4.07 – 4.14

Sumber: Lampiran 23



Berdasarkan tabel 4.13, menunjukkan skor rata-rata dari 150 responden yang telah memberikan penilaian terhadap pernyataan mengenai Kualitas Produk terhadap Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading. Dapat dilihat bahwa skor rata-rata sebesar 4.09 dengan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah 4,07 - 4,14. Berdasarkan indikator ini, menunjukkan bawa responden berada di kisaran setuju. Dengan demikian, dapat diyakini 95% konsumen setuju bahwa Kualitas Produk Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading baik.

2. Analisis Variabel Kualitas Layanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Terdapat delapan indikator untuk variabel Kualitas Layanan dalam kuesioner, perhitungan skor masing-masing indikator dilakukan dengan melakukan analisis variabel sebagai berikut:

Tabel 4.14

Skor Rata-Rata Variabel Kualitas Layanan

No.	Pertanyaan	Nilai					Mea n	Interval 95%
		STS	TS	N	S	SS		
Keandalan								
1	Karyawan Kopi Janji Jiwa memberikan layanan yang baik.	0	1	18	63	68	4.3	4.21 – 4.43
2	Karyawan Kopi Janji Jiwa memberikan informasi yang akurat dalam menjelaskan produk.	0	0	32	62	55	4.1	4.02 – 4.28
Daya Tanggap								
3	Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu memberikan respon yang cepat.	1	0	32	62	55	4.1	4.01 – 4.26
4	Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu tepat dalam menanggapi kebutuhan konsumen.	0	0	33	70	47	4.1	3.98 – 4.21
Jaminan								

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian GIE)

Hak Cipta Ditanggung Unding-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

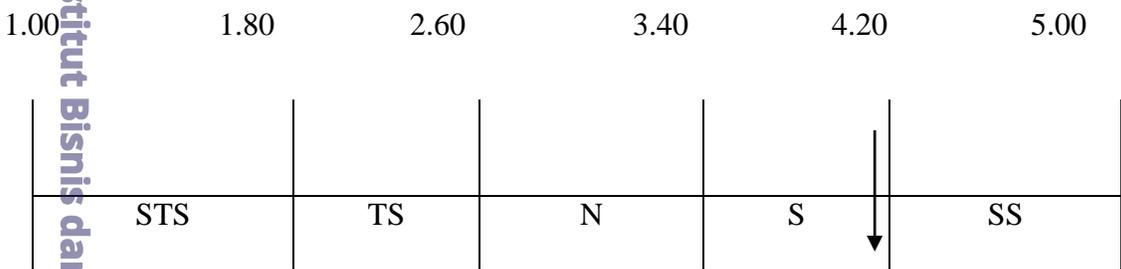
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



5	Karyawan Kopi Janji Jiwa dapat dipercaya dalam melayani konsumen.	0	0	20	78	54	4.2	4.12 – 4.33
Empati								
6	Karyawan Kopi Janji Jiwa sudah baik dalam menangani kritik dan saran dari konsumen.	0	3	27	72	48	4.1	3.98 – 4.22
Bukti Fisik								
7	Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu berpenampilan rapi dan menarik.	0	1	29	68	52	4.1	4.02 – 4.26
8	Karyawan Kopi Janji Jiwa selalu menjaga kebersihan peralatan dan gerainya.	0	1	22	6	66	4.3	4.16 – 4.40
Rata-rata Variabel Kualitas Layanan							4.16	4.14 – 4.22

Sumber: Lampiran 23



4.16

1. Dianggap sebagai a. seluruh b. Undang
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan tabel 4.14, menunjukkan skor rata-rata dari 150 responden yang

telah memberikan penilaian terhadap pernyataan mengenai Kualitas Layanan terhadap Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading. Dapat dilihat bahwa skor rata-rata sebesar 4.16 dengan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah 4.14 – 4.22. Berdasarkan indikator ini, menunjukkan bahwa responden berada di kisaran setuju sampai dengan sangat setuju. Dengan demikian, dapat diyakini 95% konsumen setuju bahwa Kualitas Layanan Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading baik.

3. Analisis Variabel Citra Merek

Terdapat tujuh indikator untuk variabel Citra Merek dalam kuesioner, perhitungan skor masing-masing indikator dilakukan dengan melakukan analisis variabel sebagai berikut:

Tabel 4.15

Skor Rata-Rata Variabel Citra Merek

No.	Pertanyaan	Nilai					Mea n	Interval 95%
		STS	TS	N	S	SS		
Identitas Merek								
1	Kopi Janji Jiwa memiliki logo yang mudah dikenali.	0	0	13	37	100	4.6	4.47 – 4.68
Personalitas Merek								

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



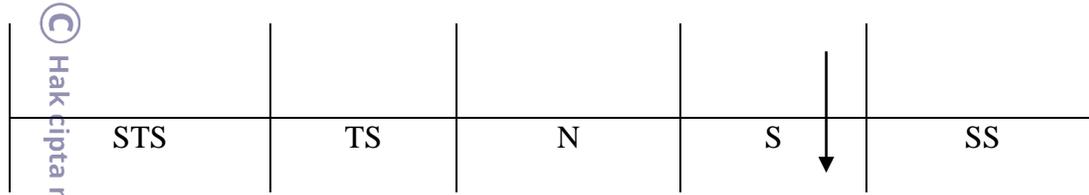
2	Saat membeli produk Kopi Janji Jiwa maka saya semakin percaya diri.	2	9	57	49	33	3.7	3.53 – 3.83
3	Produk Kopi Janji Jiwa memiliki tampilan khas dan berbeda dari merek lain.	0	10	43	54	43	3.9	3.72 – 4.01
Sikap dan Perilaku Merek								
4	Karyawan Kopi Janji Jiwa yang cepat tanggap melayani pesanan konsumen,	1	0	32	68	49	4.1	3.97 – 4.22
5	Karyawan Kopi Janji Jiwa mampu bersikap bersahabat kepada konsumen.	0	0	26	64	60	4.2	4.11 – 4.34
Manfaat dan Keunggulan Merek								
6	Produk Kopi Janji Jiwa adalah merek yang dapat diandalkan.	0	1	25	73	51	4.2	4.04 – 4.27
7	Produk Kopi Janji Jiwa adalah merek yang memiliki manfaat sesuai yang di janjikan	0	1	28	68	53	4.1	4.03 – 4.27
Rata-rata Variabel Citra Merek							4.11	4.06 – 4.16

Sumber: Lampiran 23

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mencantumkan sumbernya.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1.00 1.80 2.60 3.40 4.20 5.00



4.11

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Berdasarkan tabel 4.15, menunjukkan skor rata-rata dari 150 responden yang telah memberikan penilaian terhadap pernyataan mengenai Citra Merek terhadap Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading. Dapat dilihat bahwa skor rata-rata sebesar 4.11 dengan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah 4.06 – 4.16. Berdasarkan indikator ini, menunjukkan bahwa responden berada di kisaran setuju. Dengan demikian, dapat diyakini 95% konsumen setuju puas dengan Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading.

2. Analisis Variabel Kepuasan Konsumen

Terdapat delapan indikator untuk variabel kualitas produk dalam kuesioner, perhitungan skor masing-masing indikator dilakukan dengan melakukan analisis variabel sebagai berikut:

Tabel 4.16

Skor Rata-Rata Variabel Kepuasan Konsumen

No.	Pertanyaan	Nilai					Mean	Interval 95%
		STS	TS	N	S	SS		
Fitur Produk dan Layanan								

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



1	Saya puas dengan produk yang ditawarkan Kopi Janji Jiwa	0	1	12	65	72	4.4	4.28 – 4.49
2	Saya puas dengan layanan yang diberikan Kopi Janji Jiwa	0	2	27	62	59	4.2	4.06 – 4.31
Emosi Konsumen								
3	Saya senang dengan produk yang ditawarkan Kopi Janji Jiwa karena memuaskan.	0	1	16	74	59	4.1	4.19 – 4.42
4	Saya senang dengan layanan yang diberikan Kopi Janji Jiwa karena memuaskan.	0	1	16	74	59	4.3	4.16 – 4.38
Persepsi Tentang Keadilan								
5	Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena produk yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0	1	25	63	61	4.2	4.11 – 4.35
6	Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan.	0	1	23	71	55	4.2	4.10 – 4.31

1. Ditaring mengu sebagai atau seluruh karya tulis ini tanpa melantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

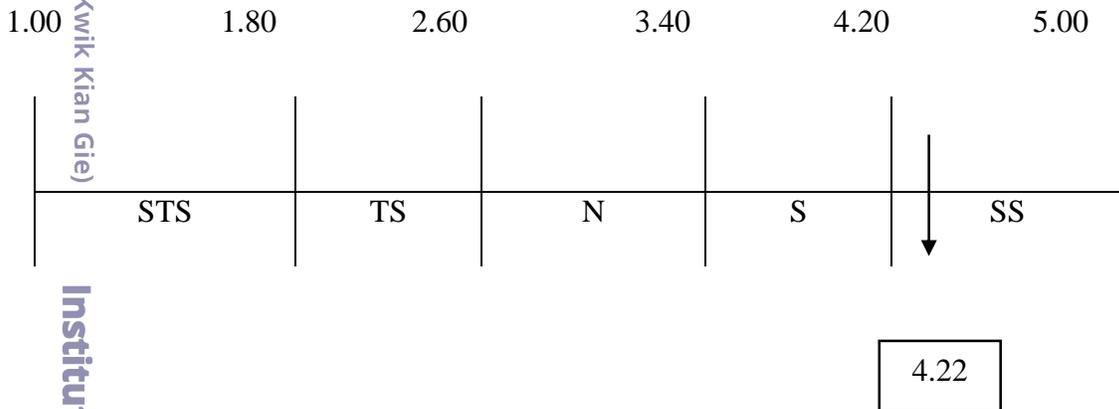
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pelanggan Lain, Anggota Keluarga, dan Rekan Kerja								
7	Saya puas dengan Kopi Janji Jiwa karena pengalaman yang didapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain	0	0	30	61	59	4.2	4.10 – 4.31
8	Saya merekomendasikan Kopi Janji Jiwa ke kerabat dan teman saya.	0	1	22	68	59	4.2	4.12 – 4.35
Rata-rata Variabel Kepuasan Konsumen							4.22	4.21 – 4.30

Sumber: Lampiran 23



Berdasarkan tabel 4.16, menunjukkan skor rata-rata dari 150 responden yang telah memberikan penilaian terhadap pernyataan mengenai Kepuasan Konsumen terhadap Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading. Dapat dilihat bahwa skor rata-rata sebesar 4.22 dengan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah 4.21 – 4.30. Berdasarkan indikator ini, menunjukkan bahwa responden berada di kisaran sangat

Hak Cipta Ditanggung Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



setuju. Dengan demikian, dapat diyakini 95% konsumen setuju bahwa Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading baik.

D. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters^{a b}	Mean	0E-7
	Standard Deviation	2.34683519
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		
Asym. Sig. (2-tailed)		.053

Sumber: Lampiran 24

Berdasarkan tabel 4.17, dapat diketahui bahwa nilai signifikan atau Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0.053, karena nilai lebih besar dari 0.05 ($0.114 > 0.05$) berarti data pada penelitian ini memenuhi syarat normalitas dan dapat dikatakan bahwa data residual berdistribusi normal.



b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.18

Hasil Uji Heterokedatisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.886	1.108		4.410	.000
Mean_KP	-.018	.026	-.102	-.697	.487
Mean_KL	-.064	.048	-.176	-1.316	.190
Mean_CM	.013	.066	.032	.199	.843

Sumber: Lampiran 25

Berdasarkan tabel 4.18, diperoleh nilai Sig. dari variabel kualitas produk 0.487 > 0.05, variabel kualitas layanan 0.190 > 0.05, dan variable citra merek 0.843 > 0.05.

Dimana apabila semua nilai Sig. variabel di atas 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

c. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.19

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficient	t	Sig	Collinearity Statistics
-------	-----------------------------	--------------------------	---	-----	-------------------------

© Hak cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.636	1.765		.927	.355		
Mean_KP	.162	.042	.317	3.901	.000	.304	3.289
Mean_KL	.381	.077	.367	4.932	.000	.363	2.758
Mean_CM	.267	.105	.226	2.545	.012	.254	3.931

Sumber: Lampiran 26

Berdasarkan tabel 4.19, dapat disimpulkan bahwa *Brand Image* dan Kualitas Produk memiliki nilai yang sama yaitu VIF sebesar $1.558 < 10$ dan *Tolerance* $0.642 > 0.1$. Pada *Standardized Coefficient* Kualitas Produk memiliki nilai Beta yang lebih tinggi dibandingkan dengan *Brand Image* ($0.686 > 0.016$), maka Kualitas Produk memiliki pengaruh yang lebih besar dibanding *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan. Atas hasil uji tersebut dapat dinyatakan semua variabel independen bebas multikolinearitas.

2. Analisis Regresi Berganda

a. Uji Keberartian Model (Uji F)

Tabel 4.20

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Uji Keberhasilan Model (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Regression	1972.356	3	657.452	116.968	.000 ^b
Residual	820.638	146	5.621		
Total	2792.993	149			

Sumber: Lampiran 27

Berdasarkan Tabel 4.20 diketahui bahwa nilai F hitung yakni 116.968 dengan nilai Sig. sebesar $0.000 < 0.05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi diatas dapat digunakan untuk memprediksi Y (Kepuasan Konsumen) atau dapat dikatakan bahwa Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Konsumen.

b. Uji Signifikan Koefisien (Uji t)

Tabel 4.21

Hasil Uji Signifikansi Koefisien (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.636	1.765		.927	.355
Mean_KP	.162	.042	.317	3.901	.000
Mean_KL	.381	.077	.367	4.932	.000
Mean_CM	.267	.105	.226	2.545	.012

Sumber: Lampiran 28

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan tabel 4.21, maka dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan} = 1.636 + 0.162 \text{ Kualitas Produk} + 0.381 \text{ Kualitas Layanan} + 0.267 \text{ Citra Merek}$$

(1) Uji Hipotesis 1: Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_0: \beta_1 = 0$, Tidak ada pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

$H_a: \beta_1 > 0$, Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

Dari tabel 4.21, diketahui nilai t sebesar $3.901 > t$ tabel (1.97) dengan signifikan variabel *brand image* sebesar $0.000/2 < \alpha$ (0.05) yang berarti tolak H_0 atau tidak tolak H_a sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

(2) Uji Hipotesis 2: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_0: \beta_2 = 0$, Tidak ada pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a: \beta_2 > 0$, Terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari tabel 4.21, diketahui nilai t sebesar $4.932 > t$ tabel (1.97) dengan signifikan variabel kualitas produk sebesar $0.000/2 < \alpha$ (0.05) yang berarti tolak H_0 atau tidak tolak H_a sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.



(3) Uji Hipotesis 3: Citra Merek berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

$H_0 : \beta_3 = 0$, Tidak ada pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a : \beta_3 > 0$, Terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Dari tabel 4.21, diketahui nilai t sebesar $2.545 > t$ tabel (1.97) dengan signifikan variabel kualitas produk sebesar $0.012/2 < \alpha$ (0.05) yang berarti tolak H_0 atau tidak tolak H_a sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap kepuasan konsumen

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.22

Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
.840 ^a	.706	.700

Sumber: Lampiran 29

Berdasarkan tabel 4.22, diketahui bahwa korelasi antara variabel dependen (Kepuasan Pelanggan) dengan R sebesar 0.840 berarti hubungan antara kualitas produk, kualitas layanan, citra merek dan kepuasan konsumen sebesar 84%. Sedangkan untuk koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.706 yang berarti variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel independen (kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek)



adalah sebesar 70.6%, sedangkan sisanya ($100\% - 70.6\% = 29.4\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

A. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yetty & Gracia (2015) dan Dewi Kurniawati, Suharyono, & Andriani Kusumawati (2014), hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen dikarenakan kualitas produk yang baik dapat membantu memenuhi keinginan dan persepsi konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Eugenia & Suryono (2016) hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dikarenakan kualitas layanan yang baik dapat membantu memenuhi keinginan dan persepsi konsumen.

3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara citra merek terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh



Eugenia & Suryono (2016) dan Dewi Kurniawati, Suharyono, & Andriani Kusumawati (2014), hasil penelitian menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa citra merek dapat meningkatkan kepuasan konsumen dikarenakan citra merek yang baik dapat membantu memenuhi harapan dan persepsi konsumen.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitan Layanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui hasil uji t menyatakan bahwa nilai koefisien regresi terstandarisasi (Beta) untuk variabel kualitas layanan lebih besar dibandingkan nilai yang dimiliki variable kualitas layanan dan variable citra merek. Hal ini menunjukkan bahwa bagi responden Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading, kualitas layanan masih perlu di perbaiki dan di tingkatkan lagi, sedangkan kualitas produk dan citra merek terhadap kepuasan konsumen sudah baik.

5. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk memiliki nilai skor rata-rata sebesar 4.09 dengan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah 4,07 - 4,14. Berdasarkan indikator ini, menunjukkan bawa responden berada di kisaran setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading baik.

Akan tetapi didapati satu indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu indikator Ketahanan mengenai Kopi Janji Jiwa memiliki kalaluarsa dalam produk, hal ini menerangkan bahwa informasi kadaluarsa dalam produk Kopi Janji Jiwa masi kurang dibandingkan dengan indikator-indikator yang lainnya.

6. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Variabel kualitas layanan memiliki nilai skor rata-rata sebesar 4.16 dengan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah 4.14 – 4.22. Berdasarkan indikator ini,

menunjukkan bawa responden berada di kisaran setuju sampai dengan sangat setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading baik.

Akan tetapi didapati satu indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu indikator Daya Tanggap mengenai karyawan Kopi Janji Jiwa selalu tepat dalam menanggapi kebutuhan konsumen, hal ini menerangkan bahwa kecepatan karyawan Kopi Janji Jiwa dalam menanggapi jebutuihan konsumenm masih kurang baik dibandingkan dengan indikator-indikator yang lainnya.

7. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek

Variabel citra merek memiliki nilai skor rata-rata sebesar 4.11 dengan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah 4.06 – 4.16. Berdasarkan indikator ini, menunjukkan bawa responden berada di kisaran setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa citra merek Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading baik.

Akan tetapi didapati satu indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu Personalitas Merek mengenai saat membeli produk Kopi Janji Jiwa maka saya semakin percaya diri, hal ini menerangkan bahwa merek Kopi Janji Jiwa masih kurang memberikan perasaan percaya diri bagi para konsumen.

8. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel kepuasan konsumen memiliki nilai skor rata-rata sebesar 4.22 dengan selang kepercayaan sebesar 95% intervalnya adalah 4.21 – 4.30. Berdasarkan indikator ini, menunjukkan bawa responden berada di kisaran sangat setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa Kepuasan Konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading memuaskan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



Akan tetapi didapati satu indikator yang memiliki nilai rata-rata paling rendah yaitu

Emosi Konsumen mengenai saya senang dengan produk yang ditawarkan Kopi Janji Jiwa karena memuaskan, hal ini menerangkan bahwa produk Kopi Janji Jiwa masih kurang memberikan perasaan memuaskan bagi para konsumen. Maka dari itu pelanggan merasa indikator ini kurang sesuai dengan kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading, maka didapatkan simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading
2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa gading.
3. Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading.

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijabarkan, terdapat beberapa hal yang disarankan oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan



- a. Kopi Janji Jiwa harus tetap menjaga kualitas produk yang dimiliki serta terus berinovasi dalam pembuatan produk menu kopi terbaru nya sesuai dengan tren yang terjadi pada periode waktu tertentu.
- b. Kopi Janji Jiwa harus tetap menjaga dan selalu meningkatkan kualitas layanan oleh pegawainya terhadap konsumen. Dan juga Kopi Janji Jiwa diharapkan mampu meningkatkan kecepatan dalam menanggapi keluhan dari pelanggan seputar permasalahan produk.
- c. Kopi Janji Jiwa harus terus meningkatkan citra merek sehingga dapat bertahan di persaingan industry bisnis fnb yang mempunyai pesaing yang sangat banyak.
- d. Kopi Janji Jiwa harus mempertahankan konsumen yang sudah puas. Apabila pelanggan puas, maka tentu pelanggan akan menjadi loyal. Kopi Janji Jiwa juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas produk, kualitas layanan dan citra mereknya agar lebih baik lagi.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Diperlukan penelitian selanjutnya dengan mencari variabel lain agar didapatkan variabel apa saja yang dapat berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Kopi Janji Jiwa di Kelapa Gading.
- b. Diharapkan mampu memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dengan menggunakan pendekatan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler (2014), *Business Research Methods*, Edisi 12, USA: McGraw-Hill Irwin.

Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Keller, Kevin Lane (2013), *Strategic Brand Management*, Edisi: 4, United States of America: Pearson Education

Kotler, Phillip & Gary Armstrong (2014), *Principles of Marketing*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.

Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller (2016), *Marketing Management*, Edisi: 15e, United States of America: Pearson Education.

Zeithaml, Valerie A., Mary Jo Bitner & Dwayne D. Gremler (2018), *Services Marketing*, Edisi: 7, United States of America: McGraw-Hill Education.

Jurnal:

Yetty dan Gracia 2016, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Bebek dan Ayam Goreng Ndut Solo JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi) Volume 1 No. 1, di akses 1 April 2020,

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=yetty+dan+gracia+2015&btnG=

Kurniawati, Dewi, Suharyono, dan Andriani Kusumawati 2014, 'Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan KFC Cabang Kawi Malang)' Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 14 No.



2, di akses 1 April 2020, <https://media.neliti.com/media/publications/84352-ID-pengaruh-citra-merek-dan-kualitas-produk.pdf>

Eugenia, Suryono 2016, 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Cosmedic Semarang' Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Volume 21 No. 2, diakses 1 April 2020,

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/download/5060/4750>

Dwi Aryani, Febrina Rosinta 2010, 'Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi, Volume 17 No. 2, diakses 2 April 2020

<http://www.ijil.ui.ac.id/index.php/jbb/article/download/632/617>

Website:

Tempo.co 2019, Menperin: 2019, Industri ,Makanan Minuman Bakal Tumbuh 9 Persen, diakses 20 Maret 2020 <https://bisnis.tempo.co/read/1197530/menperin-2019-industri-makanan-minuman-bakal-tumbuh-9-persen/full&view=ok>

Kumparanfood 2018, Fenomena 'Demam' Coffee Shop di Indonesia, diakses 20 Maret 2020 <https://kumparan.com/kumparanfood/fenomena-mewabahnya-demam-coffee-shop-di-indonesia>

REPUBLIKA.co.id 2019, Kopi Janji Jiwa, Bertahan dengan Racikan Robusta Sumatra, diakses 20 Maret 2020

<https://www.republika.co.id>



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.