



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI KAFE EXCELSCO MALL KELAPA GADING

Studi Empirik pada EXCELSCO

Jessica Natania

Tony Sitinjak¹

Program Studi Manajemen, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav.87, Jakarta 14350

Absract

In the beginning, drinking coffee has become a habit of Indonesian people since long time ago. In Indonesia, the age of coffee connoisseurs is almost indifferent to ages ranging from teenagers to adults and even seniors, so that countless. For them, coffee is a daily consumption and a part of daily food and drinks. Coffee shop is one of the favorite choices among the people to simply unwind or look for a refreshing place that can refresh the atmosphere again. Besides that, consciously or unconsciously, coffee shop has become very attached and has become the lifestyle of Indonesian people today. The subject of this research is EXCELSCO in the Kelapa Gading Mall. The method used in this study is descriptive analysis and multiple regression analysis. Data collection was done by distributing questionnaires to 165 EXCELSCO beverage konsumen samples at Kelapa Gading Mall. Sampling is done by non probability sampling with purposive sampling technique. The results showed that product quality and service quality proved to have a positive effect on customer satisfaction at EXCELSCO Mall Kelapa Gading.

Keywords: Perception of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak

Pada awalnya, minum kopi sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu kala. Di Indonesia, usia penikmat kopi hampir tidak pandang usia mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula, sehingga tidak terhitung jumlahnya. Bagi mereka, kopi adalah konsumsi harian dan merupakan bagian makanan dan minuman sehari-hari. Coffee shop atau kedai kopi menjadi salah satu pilihan yang favorit di kalangan masyarakat untuk sekedar melepas lelah atau mencari tempat refreshing yang bisa menyegarkan suasana kembali. Di samping itu secara sadar atau tidak sadar kedai kopi sudah sangat melekat dan telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia masa kini. Objek penelitian ini adalah EXCELSCO di Mall Kelapa Gading. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis regresi berganda. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner kepada 165 sampel pelanggan minuman EXCELSCO di Mall Kelapa Gading. Penarikan sampel dilakukan dengan cara non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan terbukti berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan di EXCELSCO Mall Kelapa Gading.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

¹Alamat kini: Kwik Kian Gie School of Business, Jln Yos Sudarso Kav. 87 Sunter, Jakarta 14350
Penulisan untuk Korespondensi: Telp. (021) 65307062 .
Email: tony.sitinjak@kwikkiangie.ac.id

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.



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada awalnya, minum kopi sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu kala. Di Indonesia, usia penikmat kopi hampir tidak pandang usia mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula, sehingga tidak terhitung jumlahnya. Bagi merek kopi adalah konsumsi harian dan merupakan bagian makanan dan minuman sehari-hari. Seiring dengan berkembangnya gaya hidup yang semakin pesat khususnya dikota-kota besar seperti Jakarta, tingkat stress yang semakin tinggi membuat masyarakat membutuhkan tempat untuk sekedar melepas lelah atau mencari tempat refreshing yang bisa menyegarkan suasana kembali, dan coffee shop atau kedai kopi menjadi salah satu pilihan yang favorit di kalangan masyarakat. Di samping itu secara sadar atau tidak sadar coffee shop sudah sangat banyak dan telah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia masa kini.

Dengan perkembangan zaman, kemajuan teknologi informasi, dan asimilasi budaya barat dan timur, pengusaha kedai kopi berkonsep cafe atau coffee shop sudah mulai menjamur dan menimbulkan kondisi persaingan yang semakin ketat, maka dari itu suatu Cafe dituntut untuk benar-benar memahami dinamika selera pelanggan yang menjadi target pasar dan bagaimana cara memuaskan mereka. Salah satu caranya adalah dengan memberikan pelayanan dan juga produk yang baik sesuai dengan tarif yang dibebankan sehingga dapat memuaskan pelanggan yang hendak menikmati hidangan maupun suasana di Cafe tersebut.

Dengan memberikan produk yang berkualitas dan meningkatkan kualitas pelayanan secara tepat, perusahaan diharapkan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan. Pelanggan yang merasa puas merupakan aset penting bagi perusahaan sebab jika perusahaan kehilangan pelanggannya maka akan saja kehilangan penjualan di masa yang akan datang, akan tetapi perusahaan juga akan kehilangan keuntungan karena pelanggan merasa tidak puas terhadap perusahaan.

Secara garis besar pelanggan EXCELSO merasa puas dari segi kualitas produk yang disajikan, kualitas layanan yang diberikan maupun kenyamanan yang disuguhkan di gerai-gerai EXCELSO yang ada. Namun tidak menutup kemungkinan ada juga pelanggan yang merasa tidak puas karena kualitas pelayanan yang buruk. Dalam hal ini kualitas yang dimaksud adalah kualitas yang menekankan pada aspek kepuasan pelanggan. Seperti yang terjadi di EXCELSO dGrand Indonesia, pelanggan merasa pelayanan yang diberikan sangatlah buruk seperti yang dikatakan Cecilia pada Facebook.co.id (2017, 21 Juni) berikut ini: “saya dan rombongan tiba disana dan harus menunggu agak lama karena 2 table yang belum dibersihkan sedangkan penghuni sebelumnya sudah lama meninggalkan outlet. Akhirnya suami saya berinisiatif membantu membereskan meja dan somehow alas meja yg tidak permanen terlepas hingga meja menjadi miring dan sebuah gelas jatuh. Tanpa mengucapkan apapun, seorang waitress datang dan membereskan gelas jatuh tsb - tanpa membersihkan meja (kondisi meja tetap kotor dan berantakan) kemudian meninggalkan kami begitu saja.” atau masalah lain terjadi juga di EXCELSO daerah Seran dimana seorang pelanggan merasa tidak puas dengan produk minuman yang dipesannya seperti yang dikatakan Rohmanisa pada Tripadvisor.so.id (2017, 10 Oktober) berikut ini: “kami datang berkelompok sekitar 6-7 org waktu itu. Makanannya kurang ada rasanya, dan lebih ke hampa kopinya kurang, minuman lain selain kopi pun ada yg kemanisan dan tdk sebanding dengan harganya.”

Dari fenomena tersebut kiranya dapat menjadikan gambaran bahwa kualitas produk dan kualitas layanan memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas produk maupun kualitas layanan memberikan suatu dorongan pada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sehingga dalam jangka panjang diharapkan perusahaan dapat memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Apabila suatu perusahaan telah mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan, hal tersebut sangat membantu perusahaan untuk tetap bertahan dalam kondisi persaingan yang cukup ketat. Oleh karena itu kualitas produk dan kualitas layanan harus selalu ditingkatkan guna mendukung keberadaan suatu Cafe.

Ketatnya persaingan bisnis di bidang industri produk dan jasa ini, membuat pelaku bisnis kedai kopi termasuk kafe EXCELSO harus mampu menciptakan sesuatu yang

- 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.



berbeda dengan kedai kopi lain. Perkembangan kedai kopi baik asing maupun lokal bertumbuh dengan cepat, mulai dari kafe EXCELSCO, Starbucks Coffee, Coffee Bean & Tea Leaf, J.CO Donuts, Bengawan Solo Coffee, dan lain sebagainya.

Tabel 1
Data Sejumlah Coffee Shop di Indonesia Tahun 2015

| Nama | Jumlah Gerai | Cakupan di Indonesia | Pemilik | Tahun Berdiri |
|------------------------|--------------|--|------------------------------------|---------------|
| EXCELSCO | 126 | >30 Kota besar | PT. EXCELSCO Multirasa | 1991 |
| Starbucks Coffee | 326 | 22 Kota besar | PT. Sari Coffee | 2002 |
| Coffee Bean & Tea Leaf | 56 | Jakarta, Tangerang, Bandung, Surabaya, Makassar & Bali | PT. TRANS Coffee | 2001 |
| Bengawan Solo | 44 | Jabodetabek, Bandung, Jogja, Surabaya & Medan | PT. Bengawan Solo Coffee Indonesia | 2003 |
| J.CO Doughnuts | 262 | 53 Kota | Johny Andrian Group | 2005 |

Sumber : Starbucks.co.id | EXCELSCO-coffee.com | bengawansolocoffee.com | kbarbisnis.com

Dari Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah gerai kafe EXCELSCO mencapai 126 gerai dengan cakupan terbanyak di kota-kota besar yang menjadikan kafe EXCELSCO menjadi salah satu perusahaan gerai kopi yang memiliki cakupan wilayah yang cukup luas di Indonesia. Namun dengan terus bertumbuhnya kebutuhan masyarakat dan dengan berubahnya perilaku pelanggan terhadap kebutuhan gerai kopi menjadikan tantangan bagi kafe EXCELSCO untuk dapat terus menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan selalu memberikan kepuasan bagi pelanggannya melalui kualitas produk dan kualitas layanannya.

Dengan banyak munculnya banyak pesaing seperti Starbucks Coffee, Coffee Bean & Tea Leaf, J.CO Donuts, Bengawan Solo Coffee, dll, mengharuskan kafe EXCELSCO untuk terus berinovasi dalam membuat sebuah strategi yang tepat untuk perusahaan. Salah satu strategi yang dilakukan oleh kafe EXCELSCO yaitu terus meningkatkan kualitas produk serta membuat menu-menu baru yang menarik dan juga mempunyai cita rasa yang lezat. Kafe EXCELSCO menawarkan pengalaman meminum kopi dengan banyaknya jenis kopi dengan kualitas pilihan terbaik yang dapat dinikmati oleh pelanggan dan suasana yang mendukung dari tiap gerai yang dimilikinya, mulai dari desain interior, fasilitas maupun keramahan dari para pelayan untuk para pelanggan yang datang. Jadi tidak hanya sebuah produk yang menjadi tujuan utama pelanggan dalam mengonsumsi, tetapi pengalaman dalam mendapatkannya sampai kepada setelah pelanggan mengonsumsi produk tersebut, merupakan hal yang penting untuk menghasilkan kepuasan.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu unsur utama dalam upaya untuk mempertahankan pelanggan yang telah ada ataupun untuk menarik pelanggan yang baru. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Apabila pelanggan merasa puas, maka ia akan

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.

Batasan Masalah

1. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas produk kopi kafe EXCELSO ?.
2. Bagaimana persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan kafe EXCELSO ?.
3. Bagaimana kepuasan pelanggan kafe EXCELSO ?.
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kopi kafe EXCELSO?.
5. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kafe EXCELSO?.

Tujuan Penelitian

1. Persepsi pelanggan terhadap kualitas produk kopi kafe EXCELSO .
2. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan kafe EXCELSO.
3. Kepuasan pelanggan kafe EXCELSO.
4. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan kopi kafe EXCELSO.
5. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan kafe EXCELSO.

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016:156) mengatakan kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang berkemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Kualitas produk menurut Kotler dan Amstrong (2014: 253), adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas produk adalah salah satu alat pemosisian utama pemasar, kualitas mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dari beberapa pengertian diatas, maka penulis mencoba merangkum pengertian dari kualitas produk, kualitas produk adalah karakteristik dari produk atau jasa untuk melaksanakan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 156), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Kotler dan Amstrong (2014: 253), kualitas mempengaruhi kinerja produk atau layanan. Dengan demikian, hal ini berkaitan erat dengan nilai pelanggan dan kepuasan.

Berdasarkan definisi para ahli, kualitas adalah totalitas fitur yang bergantung pada kemampuan suatu produk untuk memuaskan kebutuhan yang dipengaruhi oleh kinerja produk dan layanan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Oliver (1997:13), kepuasan adalah respon pemenuhan pelanggan. Merupakan penilaian bahwa fitur produk atau layanan itu sendiri, memberikan (atau menyedikan) tingkat pemenuhan terkait konsumsi yang memuaskan, termasuk tingkat pemenuhan yang kurang atau terlalu banyak.

Menurut Kotler dan Keller (2016:153), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan oleh suatu produk atau layanan terhadap harapan.



Menurut Kotler dan Amstrong (2014:35), kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja suatu produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kepuasan pelanggan tergantung pada hubungan kinerja produk dengan ekspektasi pelanggan, jika kinerja dari produk itu gagal maka pelanggan tidak puas, sebaliknya jika kinerja dari produk sesuai dengan ekspektasi pelanggan, maka pelanggan merasa puas.

Dari beberapa pengertian diatas, maka penulis mencoba merangkum pengertian dari kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan sebagai reaksi dari perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan setelah pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Jika produk yang ditawarkan perusahaan berkualitas baik kemudian pelanggan membeli dan mengonsumsi langsung dan produk tersebut melebihi ekspektasi dari pelanggan, maka dapat dikatakan mereka puas terhadap produk tersebut. Sebaliknya pun demikian, jika saat mengonsumsi mereka cenderung kecewa maka mereka akan beralih pada produk yang lain.

H1: Terdapat pengaruh positif persepsi kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan EXCELSO.

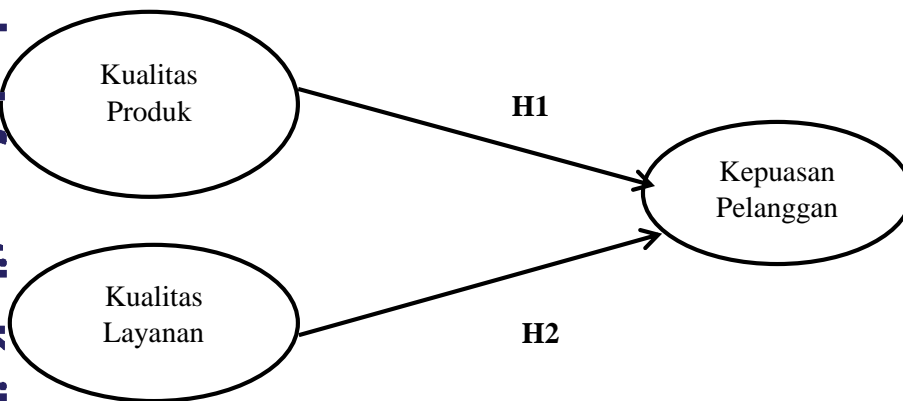
Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan instansi pemberi layanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga layanan jasa untuk memahami dan memenuhi harapan pelanggan/pengunjung serta kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia layanan jasa dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memaksimalkan pengalaman pengunjung yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pengunjung yang kurang menyenangkan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan rendah.

H2: Terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan EXCELSO.

Selanjutnya konsep dan hubungan antar variabel yang diuraikan di atas disajikan dalam skema kerangka pemikiran seperti pada Gambar 2.

Gambar 2
Kerangka Pemikiran



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.



METODE PENELITIAN

Objek pada penelitian ini adalah EXCELSCO di Mall Kelapa Gading. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan yang telah membeli dan mengkonsumsi kopi kafe EXCELSCO di Mall Kelapa Gading.

Variabel Penelitian

Variabel Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas Produk

Karakteristik dari produk atau jasa untuk melaksanakan fungsinya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2016: 156), kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan sebagai reaksi dari perbandingan antara harapan atau ekspektasi sebelum pembelian dan setelah pembelian.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan yang sudah pernah mengonsumsi EXCELSCO Coffee di Mall Kelapa Gading. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, yaitu sampel non probabilitas yang pengambilan anggotanya berdasarkan kriteria tertentu yakni pelanggan yang sudah pernah mengonsumsi EXCELSCO Coffee di Mall Kelapa Gading.

Teknik Analisis Data

Alat analisis untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian menggunakan *software* SPSS 22. Dalam analisis pada penelitian ini akan dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji regresi berganda.

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Validitas

Indikator pernyataan dikatakan valid apabila nilai r hitung $> 0,361$. Indikator yang valid mengindikasikan bahwa indikator betul-betul mengukur apa yang ingin diukur dalam penelitian ini. Dari 165 responden yang telah dikumpulkan, hasilnya menunjukkan hampir semua indikator dari setiap variabel memenuhi kriteria yang ada sehingga dapat dikatakan valid.

Tabel 2
Uji Validitas Kualitas Produk

| No | Variabel kualitas produk | r hitung | r tabel | Keterangan |
|----|---|----------|---------|------------|
| 1 | EXCELSCO memiliki ukuran produk yang bervariasi | 0.679 | 0.361 | Valid |
| 2 | Makanan dan minuman EXCELSCO memiliki bentuk fisik yang menarik | 0.816 | 0.361 | Valid |
| 3 | EXCELSCO memiliki minuman dengan rasa yang bervariasi | 0.715 | 0.361 | Valid |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

| | | | | |
|-------------------------|---|-------|-------|-------|
| 4 | Minuman EXCELSO menawarkan pilihan topping yang bervariasi | 0.711 | 0.361 | Valid |
| © | Minuman EXCELSO memiliki cita rasa yang unik dan berbeda dengan minuman lain | 0.538 | 0.361 | Valid |
| Hak cipta milik IBI KKG | Minuman EXCELSO memiliki standard rasa yang konsisten dari waktu ke waktu | 0.779 | 0.361 | Valid |
| | Minuman EXCELSO memiliki desain kemasan yang menarik | 0.765 | 0.361 | Valid |
| | Makanan dan minuman yang ditawarkan EXCELSO masih layak dikonsumsi walau disimpan beberapa jam. | 0.568 | 0.361 | Valid |

Tabel 3
Uji Validitas Kualitas Layanan

| No. | Variabel Kualitas Layanan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-----|---|----------|---------|------------|
| 6. | Kafe EXCELSO memiliki desain tempat yang menarik secara visual. | 0,72 | 0,361 | Valid |
| | Penampilan karyawan kafe EXCELSO rapih. | 0,557 | 0,361 | Valid |
| | Kafe EXCELSO memberikan layanan sesuai dengan yang di janjikan. | 0,823 | 0,361 | Valid |
| | Karyawan kafe EXCELSO mampu menangani masalah pelanggan dengan baik. | 0,682 | 0,361 | Valid |
| | Kafe EXCELSO menyediakan layanan sesuai dengan jam operasional yang dijanjikan. | 0,678 | 0,361 | Valid |
| | Karyawan kafe EXCELSO memberikan layanan yang baik secara konsisten sejak awal. | 0,664 | 0,361 | Valid |
| 7 | Karyawan kafe EXCELSO memberi tahu pelanggan kapan layanan akan dilakukan. | 0,458 | 0,361 | Valid |
| | Karyawan kafe EXCELSO melayani pelanggan dengan cepat. | 0,653 | 0,361 | Valid |
| | Karyawan kafe EXCELSO bersedia membantu pelanggan. | 0,748 | 0,361 | Valid |
| | Karyawan kafe EXCELSO siap untuk menanggapi keluhan pelanggan. | 0,637 | 0,361 | Valid |
| | Karyawan kafe EXCELSO dapat dipercaya oleh pelanggan. | 0,65 | 0,361 | Valid |
| | Karyawan kafe EXCELSO bersikap sopan secara konsisten. | 0,683 | 0,361 | Valid |
| | Karyawan kafe EXCELSO memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan. | 0,607 | 0,361 | Valid |
| | Karyawan kafe EXCELSO memberikan perhatian Individu kepada pelanggan. | 0,683 | 0,361 | Valid |

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



| | | | | |
|----|---|-------|-------|-------|
| 15 | Karyawan kafe EXCELSO peduli kepada tiap pelanggan. | 0,685 | 0,361 | Valid |
| 16 | Kafe EXCELSO memahami apa yang pelanggan inginkan. | 0,795 | 0,361 | Valid |

Tabel 4
Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

| No. | Variabel Kualitas Layanan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-----|---|----------|---------|------------|
| 1 | Saya puas dengan produk kopi yang ditawarkan kafe EXCELSO. | 0,686 | 0,361 | Valid |
| 2 | Saya puas dengan layanan yang di berikan kafe EXCELSO. | 0,758 | 0,361 | Valid |
| 3 | Saya senang dengan produk kopi kafe EXCELSO yang memuaskan. | 0,656 | 0,361 | Valid |
| 4 | Saya senang dengan layanan yang di berikan Kafe EXCELSO karena memuaskan. | 0,721 | 0,361 | Valid |
| 5 | Saya puas dengan adanya berbagai macam cara pembayaran yang disediakan oleh Kafe EXCELSO. | 0,49 | 0,361 | Valid |
| 6 | Saya puas dengan kafe EXCELSO karena produk yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. | 0,57 | 0,361 | Valid |
| 7 | Saya puas dengan kafe EXCELSO karena layanan yang diberikan sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. | 0,741 | 0,361 | Valid |
| 8 | Saya puas dengan Kafe EXCELSO karena pengalaman yang di dapat sesuai dengan informasi yang saya dapatkan dari pelanggan lain. | 0,564 | 0,361 | Valid |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Reliabilitas

Salah satu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*.

Tabel 3
Uji Reliabilitas

| No. | Variabel | Cronbach's Alpha |
|-----|--------------------|------------------|
| 1 | Kualitas Produk | 0,875 |
| 2 | Kualitas Layanan | 0,935 |
| 3 | Kepuasan Pelanggan | 0,875 |

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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel > 0,7. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pengukuran semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan Uji Kolmogrov-Smirnov, apabila nilai Sig > 0,05 maka dinyatakan data residual berdistribusi normal.

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 165 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | .36894342 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .067 |
| | Positive | .060 |
| | Negative | -.067 |
| Test Statistic | | .067 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .072 ^c |

Hasil uji normalitas pada tabel 4 menunjukkan nilai pada kolom *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,072 > 0,05 sehingga disimpulkan data residual berdistribusi normal.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Pengambilan keputusan penelitian yaitu jika sig > (0,05) tidak terdapat heteroskedastisitas dan jika sig < (0,05) terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 5
Hasil Uji Heterokedastisitas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | .479 | .151 | | 3.184 | .002 |
| RTKP | -.105 | .068 | -.231 | -1.550 | .123 |
| RTKL | .053 | .071 | .111 | .744 | .458 |

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai sig variabel independen yaitu Kualitas Produk (Sig.123) dan Kualitas Layanan (Sig. 458) > 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak ada masalah heteroskedastisitas di dalam model regresi.

6. Uji Multikolinearitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.



Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | Collinearity Statistics | |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 1.024 | .226 | | | |
| RTKP | .272 | .101 | .280 | .273 | 3.663 |
| RTKL | .475 | .107 | .465 | .273 | 3.663 |

Berdasarkan Tabel 6 dapat disimpulkan yaitu VIF Kualitas Produk (3,663), dan VIF Kualitas Layanan (3,663) < 10. Atas hasil uji tersebut dapat dinyatakan semua variabel independen bebas multikolinearitas.

Uji Model (uji F)

Uji model atau uji ANOVA digunakan untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya. Apabila nilai sig < 0,05 maka model regresi baik dan dapat digunakan.

Tabel 7
Hasil Uji Model (uji F)

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------|
| Regression | 23.861 | 2 | 11.930 | 86.577 | .000b |
| Residual | 22.324 | 162 | .138 | | |
| Total | 46.184 | 164 | | | |

Berdasarkan hasil output pada tabel 7, diketahui bahwa nilai sig (0,000) < α (0,05). Artinya model regresi fit dapat digunakan.

Uji Variabel (uji t)

Uji t digunakan untuk melihat signifikansi regresi, apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 8
Hasil Uji Variabel (uji t)

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 1.024 | .226 | | 4.537 | .000 |
| RTKP | .272 | .101 | .280 | 2.680 | .008 |
| RTKL | .475 | .107 | .465 | 4.446 | .000 |

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.



Diketahui nilai sig dari variabel kualitas produk sebesar $0,008 < \alpha = 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa variabel kualitas produk secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan nilai sig dari variabel kualitas layanan sebesar $0,000 < \alpha = 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa variabel kualitas layanan secara positif dan signifikan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

9. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinansi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinansi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

| R | R Square | Adjusted R Square |
|-------|----------|-------------------|
| 0,719 | 0,517 | 0,511 |

Berdasarkan tabel 9 diketahui nilai R Square (R²) adalah sebesar 0,719. Berarti 71,9% dari variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas layanan, sedangkan untuk koefisiensi determinasi (R Square) sebesar 0,511 yang berarti adalah sebesar 51,1%, sedangkan 48,3% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model regresi.

Berdasarkan hasil uraian data yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diperoleh hal-hal sebagai berikut:

1. Analisis Persepsi Kualitas Produk

Variabel kualitas produk memiliki nilai skor rata-rata sebesar 4,0 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas produk kopi kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading dapat dikatakan baik.

2. Analisis Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan memiliki nilai skor rata-rata sebesar 3,9 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan kopi kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading dapat dikatakan baik.

3. Analisis Kepuasan Pelanggan

Variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai skor rata-rata sebesar 4,0 yang berada pada rentang skala setuju. Maka dapat dinyatakan bahwa pelanggan kopi kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading merasa puas.

4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kopi kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading.

5. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan kopi kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Analisa Deskriptif Variabel Kualitas Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari beberapa indikator variabel kualitas produk terdapat dua indikator yang memiliki skor rata-rata terkecil yaitu *serviceability* (kemampuan melayani) dan *aesthetics* (estetika). Hal ini menerangkan bahwa bagi

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



pelanggan, kemampuan melayani dan estetika dari kualitas produk kopi yang ditawarkan kafe EXCELSO masih kurang baik dibandingkan dengan indikator lainnya.

2. Analisa Deskriptif Variabel Kualitas Layanan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari beberapa indikator variabel kualitas layanan terdapat satu indikator yang memiliki skor rata-rata terkecil yaitu *empathy* (empati). Hal ini menerangkan bahwa bagi pelanggan, empati yang diberikan oleh karyawan kafe EXCELSO masih kurang baik dibandingkan dengan indikator lainnya.

3. Analisa Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari beberapa indikator variabel kepuasan pelanggan terdapat satu indikator yang memiliki skor rata-rata terkecil yaitu *Other customer, family members, and co-workers*. Hal ini menerangkan bahwa bagi pelanggan, informasi yang di dapat dari pelanggan lain tentang kafe EXCELSO kurang sesuai dengan layanan dan kualitas produk yang diterima, sehingga pelanggan merasa indikator tersebut masih kurang baik dibandingkan dengan indikator lainnya.

4. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Walangitan (2017), Annishia & Muhamad Soekarno Setiawan (2018), dan Djumarno, & Said Djameluddin (2017). Dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menerangkan bahwa semakin tinggi kualitas suatu produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi juga kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Sunarti (2017), Shandy Widjoyo Putro, Hatane Samuel, dan Ritzky Karina M.R. Brahmana (2014), dan Turgay Bucak (2014). Dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menerangkan bahwa apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

6. Perbandingan Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai nilai Koefisien Regresi Terstandarisasi (Beta) lebih besar daripada kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa, bagi pelanggan kopi kafe EXCELSO kualitas layanan merupakan faktor yang lebih penting dibandingkan dari kualitas produk itu sendiri.

Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian mengenai pengaruh persepsi kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan EXCELSO dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Kualitas produk kopi yang diberikan EXCELSO Mall Kelapa Gading kepada pelanggan secara keseluruhan dapat dikatakan baik.
2. Kualitas layanan yang diberikan kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading secara keseluruhan sudah dapat dikatakan baik.
3. Pelanggan EXCELSO Mall Kelapa Gading sudah dapat dikatakan puas terhadap kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan oleh kafe EXCELSO Mall Kelapa Gading.
4. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.



5. Terdapat pengaruh yang positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah disebutkan di bab sebelumnya, maka terdapat beberapa saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Kafe EXCELSCO sebaiknya terus meningkatkan dan menjaga kualitas produk kopi-nya agar pelanggan tetap merasa puas. Misalnya dengan selalu kreatif dalam mengeluarkan menu-menu dengan variasi rasa terbaru dan tampilan yang menarik berbeda dari pesaingnya, dan juga memberikan kemudahan layanan atau perbaikan produk kopi yang cepat .
2. Kafe EXCELSCO harus tetap mempertahankan kualitas layanan dan terus meningkatkan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Misalnya dengan adanya pelatihan bagi setiap karyawan agar dapat menghadapi pelanggan dengan baik dan melayani dengan baik dan sesuai dengan prosedur, dan juga meningkatkan rasa empati terhadap pelanggannya seperti memberi perhatian secara individual kepada setiap pelanggan.
3. Kafe EXCELSCO harus meningkatkan kualitas produk dan layanannya agar harapan pelanggan dapat terpenuhi dan juga mempertahankan pelanggan yang sudah puas dengan memberikan kualitas produk dan layanan yang konsisten, sehingga pelanggan akan tetap loyal dan bahkan membawa pelanggan baru.

Daftar Pustaka

Buku teks

- Copper, Donald R., Pamela S Schindler (2014), *Bussines Research Methods*, Edisi 12, New York : McGraw Hill.
- Ghozali, Imam (2016), *Aplikasi Analisis Mulivariate dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang : Universitas Diponegoro.
- Hair, Joseph F., William C., Black Barry J., Babin Rolph E., Anderson (2014), *Multivariate Data Analysis* Seventh Edition, US : Pearson.
- Kotler, Philip., Gary Amstrong (2014), *Principles of Marketing*, 15th Global Edition, England : Pearson.
- Kotler, Philip., Kevin L. Keller (2016), *Marketing Management*, 15th Global Edition, England : Pearson.
- Oliver, Richard L (1997), *Satisfaction : A Behavioral Perspective on The Consumer*, Us : McGraw-Hill inc.
- Saran,Uma., Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis* Edisi 6. Buku 1 , Terjemahan oleh Tim Editor, Jakarta, Penerbit Wiley.
- Saran,Uma., Roger Bougie (2017), *Metode Penelitian Untuk Bisnis* Edisi 6. Buku 2 , Terjemahan oleh Tim Editor, Jakarta, Penerbit Wiley.
- Tjotoono, Fandy (2019), *Strategi Pemasaran* Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Usman, Husein (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zerhaml, Valarie A., Mary Jo Bitner., Dwayne D. Gremler (2018), *Service Marketing : Integrating Customer Focus Across The Firm*, 7th Edition, New York: McGraw-Hill Education.

Jurnal

- Amishia, Fristi Bellia., Muhamad Soekarno Setiawan, (2018), ‘Pengaruh Kualitas Produk Kopi terhadap Kepuasan Pelanggan di Jade Lounge Swiss-Belresidences Kalibata Jakarta’, *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, vol.4, no. 1, pp.1-69, Jakarta. diakses Oktober 2019, <https://docplayer.info/120709514-Pengaruh-kualitas-produk-kopi-terhadap-kepuasan-pelanggan-di-jade-lounge-swiss-belresidences-kalibata-jakarta.html>

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.



Bucak, Turgay, 2014, 'The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction: A Research on Hotel Businesses', International Journal of Education and Research, vol. 2, no. 1. Turkey, diakses Oktober 2019, <https://www.ijern.com/journal/January-2014/38.pdf>

David A. Garvin, 1987, 'Competing on the Eight Dimensions of Quality', market reaserch, diakses November 2019, <https://hbr.org/1987/11/competing-on-the-eight-dimensions-of-quality>.

Djamarino, Oktaviadri Sjafar., Said Djamaluddin, 2017, 'The Effect of Brand Image, Product Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty', International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM), vol. 2, no. 1, pp.15-24, Jakarta, diakses Oktober 2019, <http://www.ijbmm.com/paper/Nov2017/1584942961.pdf>

Parasuraman, A., Leonard L Berry., Valarie A Zeithaml, 1991, 'Understanding Customer Expectations of Service'. Sloan Management Review, pg 39, diakses November 2019. https://www.researchgate.net/profile/Valarie_Zeithaml/publication/225084143_Understanding_Customer_Expectations_of_Service/links/02e7e53cd16b876407000000/Understanding-Customer-Expectations-of-Service.pdf

Parasuraman, A., Valarie A Zeithaml., Leonard L Berry, 1994, 'Alternative Scales for Measuring Service Quality—Acomparative- Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria', vol. 70, No. 3, diakses November 2019, https://www.researchgate.net/profile/Valarie_Zeithaml/publication/222479881_Alternative_Scales_for_Measuring_Service_Quality-A_Comparative-Assessment_Based_on_Psychometric_and_Diagnostic_Criteria/links/59f0e53ba6fdcc1dc7b8f28c/Alternative-Scales-for-Measuring-Service-Quality-A-Comparative-Assessment-Based-on-Psychometric-and-Diagnostic-Criteria.pdf

Pudjo, Shandy Widjoyo., Hatane Samuel., Ritzky Karina M.R. Brahmana, 2014, 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Restoran Happy Garden Surabaya', Jurnal Manajemen Pemasaran, vol. 2, no. 1, pp. 1-9, Surabaya, diakses Oktober 2019, <https://media.neliti.com/media/publications/140294-ID-pengaruh-kualitas-layanan-dan-kualitas-p.pdf>

Syarti, Dwi A.A, 2017, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan The Little A Coffee Shop Sidoarjo)', Jurnal Administrasi Bisnis, vol. 51, No. 2, Malang, diakses Oktober 2019, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2124/2516>

Wangitan, Mac Donald, 2017, 'Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kopi BOX Wanea Manado', Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi, vol. 4, no. 3, pp. 162-167, Manado, diakses Oktober 2019, <file:///C:/Users/Administrator/Downloads/17993-36293-1-SM%20.pdf>

Website

Data Sejumlah Coffee Shop di Indonesia Tahun 2018, di akses september 2019
<http://www.starbucks.co.id/> | <https://excelso-coffee.com/> |
<https://www.bengawansolocoffee.com/> | <https://www.kabarbisnis.com/>

Pelanggan Setia Kecewa Produk Excelso, di akses September 2019
https://www.tripadvisor.co.id/ShowUserReviews-g608499-d12290469-r534186586-Excelso_Coffee-Serang_Banten_Province_Java.html

Logo perusahaan EXCELSO, diakses Desember 2019
<https://excelso-coffee.com/>



Pelanggan Setia Kecewa Layanan Excelso, di akses September 2019

<https://www.facebook.com/ExcelsoCoffee/posts/hi-excelsosaya-hanya-ingin-memberimasukan-terkait-program-line-buy-1-get-1-free/1775898209094193/>

Sejarah Singkat Excelso, diakses Desember 2019

<https://excelso-coffee.com/about-us/>

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

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.