

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINUMAN KOPI ARABIKA DI SEDOTAN KOPI (STUDI KASUS: SEDOTAN KOPI DESA PAYA BUJOK BLANG PASEH, LANGSA KOTA, KOTA LANGSA)

Audi Firmansyah^{1*}, Rini Mastuti², Kiagus M. Zain Basriwijaya³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra

*Corresponding Author: audifirmansyah8@gmail.com

Abstract: *This research seeks to examine the impact of consumer satisfaction factors on purchases made at the Sedotan Kopi shop. Conducted in Paya Bujok Blang Paseh Village, specifically at the Sedotan Kopi coffee shop in Langsa City, the study employed a purposive sampling technique involving 97 participants. To identify the influencing factors, the researcher utilized multiple linear regression methodology along with simultaneous F tests and partial t tests. Data processing was executed utilizing SPSS 22 software. The findings indicate that collectively, product quality, price, lifestyle, and promotion exhibit significant influences based on F counts exceeding critical thresholds. However, individually, the significance values reveal substantial impacts for product (X₁), price (X₂), and lifestyle (X₃) with p-values less than 0.05, whereas the promotional factor (X₄) demonstrates no considerable effect given its pvalue exceeds 0.05, indicating minimal relevance to customer satisfaction regarding Arabica coffee sales in Langsa.*

Keywords : *Product quality, Price, Lifestyle, Promotion, Consumer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. pembelian minuman kopi jenis Arabika. di Sedotan Kopi. Penelitian ini dilakukan di Desa Paya Bujok Blang Paseh tepatnya di Sedotan Kopi Kota Langsa. Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling, dengan kriteria tertentu untuk responden. berdasarkan umur, gender, pendidikan, dan pekerjaan dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Variabel yang diteliti (X₁) produk, (X₂) harga, (X₃) gaya hidup, dan (X₄) promosi terhadap variabel (Y) kepuasan konsumen dalam membeli minuman kopi arabika di Sedotan Kopi, analisis regresi linier berganda dengan menggunakan uji F (simultan) dan uji t (parsial). Proses pengolahan data dilakukan dengan perangkat lunak SPSS 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel produk, harga, gaya hidup dan promosi berpengaruh sangat nyata terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial variabel produk (X₁), harga (X₂), gaya hidup (X₃) sangat berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen, promosi (X₄) tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen Sedotan Kopi Kota Langsa.

Kata kunci: Kualitas produk, Harga, Gaya hidup, Promosi, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Produksi kopi Indonesia dikatakan memiliki daya saing di pasar global. Kopi adalah salah satu tanaman perkebunan yang telah lama dibudidayakan dan memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Sebanyak 70% konsumsi kopi dunia berasal dari jenis arabika, sementara 26% berasal dari jenis robusta. Aceh adalah provinsi yang terletak di ujung barat Indonesia, Masyarakatnya banyak membudidayakan tanaman kopi sebagai salah satu mata pencaharian sehari-hari. Produksi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh manusia untuk menciptakan barang dan jasa yang kemudian digunakan. Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah merupakan wilayah utama penghasil kopi terbesar di Aceh. Jenis kopi yang banyak dibudidayakan di Kabupaten Aceh Tengah dan Bener Meriah adalah jenis kopi arabika dan robusta (Imsar, 2018)

Kepuasan konsumen terjadi ketika seseorang merasa puas atau kecewa setelah membandingkan kinerja produk yang diterima dengan ekspektasi sebelumnya. Konsumen akan merasa puas jika produk atau layanan yang berkualitas mampu memenuhi harapan mereka. (Liany, 2016).

Kota Langsa merupakan daerah yang banyak terdapat pengusaha yang mendirikan kedai kopi. Kebutuhan kopi arabika cenderung meningkat dari waktu ke waktu, Untuk meningkatkan kepuasan konsumen dalam pembelian kopi arabika di Sedotan Kopi, Oleh karena itu, perlu diidentifikasi faktor-faktor apa saja yang berperan memengaruhi hal-hal tersebut. Melihat begitu pentingnya Memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dalam proses pembelian kopi arabika di Sedotan Kopi, Berdasarkan uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Kopi Arabika Di Sedotan Kopi”

Berdasarkan latar belakang tersebut, perumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini meliputi faktor-faktor apa saja yang memengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Minuman Kopi Arabika di Sedotan Kopi Kota Langsa. maka tujuan penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan faktor manakah yang lebih mempengaruhi kepuasan konsumen dalam pembelian kopi arabika studi kasus Sedotan Kopi, di Desa Paya Bujok Blang Paseh Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa.

METODE

Penelitian ini dilakukan pada bulan April hingga Juli Tahun 2023. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode survei. Tempat dilaksanakannya penelitian ini terletak di suatu kedai kopi dalam istilah modern yaitu *Coffe Shop* yang bernama Sedotan Kopi, terletak di Kecamatan Langsa Kota, Gampong Paya Bujok Blang Paseh, Kota Langsa penentuan lokasi dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive*) Sedotan Kopi merupakan salah satu kedai kopi yang pertama kali membawa konsep *modern* di kota langsa, dengan *style coffeshop* yang memberikan *experience* yang berbeda, dan menarik para remaja untuk berkunjung di *coffeeshop* tersebut.

Tipe data yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Metode pengumpulan data yang terdapat dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner wawancara, dan observasi Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dari responden melalui distribusi kuesioner Sedotan Kopi. Data sekunder meliputi informasi yang diperoleh dari penelitian dan pengumpulan data yang telah dilakukan oleh pihak lain yang relevan dengan isu penelitian.

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari responden yang datang dan sedang menikmati kopi arabika di Sedotan Kopi. Metode pengambilan sampel yang diterapkan adalah *accidental sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan dijumpai dan dianggap sesuai sebagai sumber data. Dalam penelitian ini, jumlah sampel ditentukan sebesar 100 responden.

Dalam penelitian ini, variabel-variabel yang akan dianalisis meliputi kualitas produk, harga, gaya hidup, promosi, serta kepuasan konsumen. Pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, serta Uji F, Uji t, dan Uji Adjusted R Square. Program SPSS versi 22 digunakan untuk menganalisis semua data tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Karakteristik Responden

Responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi dan berbelanja di *Coffee Shop* Sedotan Kopi, dengan total sebanyak 100 orang. Deskripsi umum mengenai subjek penelitian mencakup karakteristik yang meliputi jenis kelamin, umur, pendidikan, dan pekerjaan dari para responden dapat diuraikan sebagai berikut.

Tabel 1. Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosen
Laki-Laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Total	100	100%
Umur	Jumlah	Prosen
15-20	21	21%
21-25	64	64%
26-30	9	9%
31-32	3	3%
Total	100	100%
Pekerjaan	Jumlah	Prosen
Mahasiswa/Pelajar	60	60%
Wirausaha	20	20%
PNS	6	6%
Petani	2	2%
Karyawan Swasta	12	12%
Total	100	100%
Pendidikan	Jumlah	Prosen
SMA	81	81%
S1	19	19%
Total	100	100%

Berdasarkan hasil survei kuesioner, tercatat bahwa 61% responden adalah perempuan dan 39% adalah laki-laki. Umur responden yang paling dominan berada di rentang 21–25 tahun, mencapai 64% dari total responden. Pendidikan yang paling banyak dipilih oleh responden adalah SMA, dengan 81% persentase. Jenis pekerjaan yang paling populer diantara responden adalah mahasiswa/pelajar, mencapai 60%. Sebagian besar responden hadir bersama teman, dan sumber informasi utama tentang Sedotan Kopi bagi mereka adalah melalui teman. Lebih dari dua kali kunjungan biasanya dilakukan oleh responden untuk mendapatkan informasi tersebut.

b. Uji Validitas

Di bawah ini disajikan hasil pengujian yang dilakukan dengan Uji Validitas:

Tabel 2. Uji Validitas Kuesioner Variabel Produk (X₁)

NO	Variabel	<i>r</i> hitung (X1)	<i>r</i> hitung (X2)	<i>r</i> hitung (X3)	<i>r</i> hitung (X4)	<i>r</i> tabel 0,05	Sig	KET
1	X1.1	,729**				0,196	0	Valid
2	X1.2	,777**				0,196	0	Valid
3	X1.3	,804**				0,196	0	Valid
4	X1.4	,724**				0,196	0	Valid
5	X1.5	,806**				0,196	0	Valid
6	X1.6	,754**				0,196	0	Valid
7	X2.1		,704**			0,196	0	Valid
8	X2.2		,817**			0,196	0	Valid
9	X2.3		,687**			0,196	0	Valid
10	X2.4		,750**			0,196	0	Valid
11	X2.5		,767**			0,196	0	Valid
12	X2.6		,792**			0,196	0	Valid
13	X3.1			,735**		0,196	0	Valid
14	X3.2			,773**		0,196	0	Valid
15	X3.3			,750**		0,196	0	Valid
16	X3.4			,754**		0,196	0	Valid
17	X3.5			,750**		0,196	0	Valid
18	X2.6			,708**		0,196	0	Valid
19	X4.1				,836**	0,196	0	Valid
20	X4.2				,809**	0,196	0	Valid
21	X4.3				,798**	0,196	0	Valid
22	X4.4				,739**	0,196	0	Valid
23	X4.5				,787**	0,196	0	Valid
24	X4.6				,783**	0,196	0	Valid

Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 22(2023)

c. Uji iReliabilitas

Berikut ini merupakan hasil pengujian yang dilakukan menggunakan Uji Reliabilitas:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil Uji
Produk(X ₁)	0,740	Reliabel
Harga (X ₂)	0,789	Reliabel
Gaya Hidup(X ₃)	0,787	Reliabel
Promosi(X ₄)	0,797	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 22 (2023).

d. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Berikut ini merupakan hasil pengujian yang diperoleh melalui Uji Asumsi Klasik:

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Ket
Produk (X ₁)	0,16	Normali
Harga (X ₂)	0,12	Normali
Gaya Hidup (X ₃)	0,16	Normali
Promosi (X ₄)	0,11	Normali
Kepuasan (Y)	0,15	Normali

Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 22(2023)

2. Uji iMultikolinearitas

Berikut ini merupakan hasil pengujian yang diperoleh melalui uji Multikolinearitas:

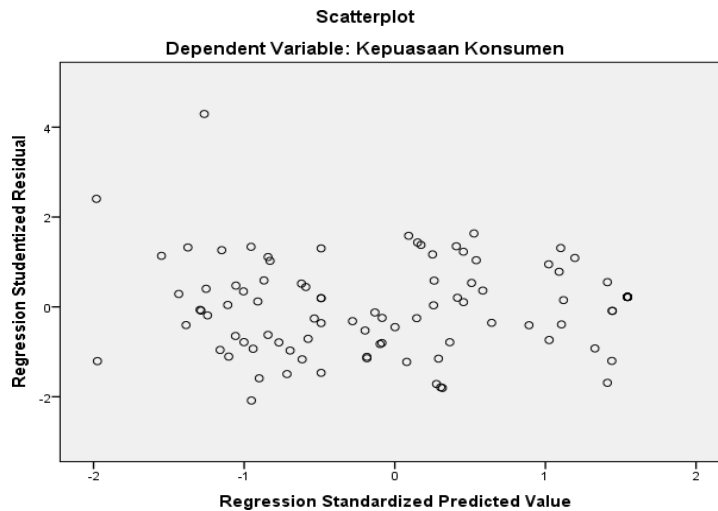
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Bebas	Tolerance	Nilai VIF
X ₁ Produk	0,310	3,224
X ₂ Harga	0,203	4,936
X ₃ Gaya Hidup	0,193	5,192
X ₄ Promosi	0,176	5,687

Sumber : Data Primer diolah menggunakan SPSS 22(2023). (Lampiran 5)

3. Uji Heteroskedastisitas

Berikut merupakan hasil pengujian yang diperoleh uji Heteroskedastisitas:



e. Uji Regresi Linier Berganda

Berikut merupakan hasil pengujian yang diperoleh melalui uji *Regresi Linier Berganda*
Tabel :

Tabel 6. Hasil Uji *Regresi Linier Berganda*

	Variabel	Koefisien Regresi	Nilai Sig
Y	Kepuasan Konsumen	-0, 212	0,869
X ₁	Produk	0, 446	0,000
X ₂	Harga	0, 587	0,000
X ₃	Gaya Hidup	0, 366	0,006
X ₄	Promosi	0, 094	0,442

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS22 (2023). (Lampiran 6)

Berdasarkan pada tabel di atas, nilai nilai yang tertera digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = -0, 212 + 0, 446 X_1 + 0, 587 X_2 + 0, 366 X_3 + 0, 094 X_4$$

Dimana :

Y = Kepuasan Konsumen Sedotan Kopi (Skor)

a = Konstanta Regresi Variabel Independen

b₁ = Koefisien regresi variabel produk (X₁)

b₂ = Koefisien regresi variabel harga (X₂)

b₃ = Koefisien regresi variabel gaya hidup (X₃)

b₄ = Koefisien regresi variabel promosi (X₄)

f. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Berikut adalah hasil pengujian dengan uji *Parsial (Uji t)*:

- Pengaruh Produk (X₁): Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai signifikansi produk (X₁) terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian kopi arabika adalah $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa hipotesis H₁ diterima dan H₀ ditolak, sehingga ada pengaruh parsial antara variabel produk (X₁) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam pembelian kopi arabika di Sedotan Kopi, Paya Bujok Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa.
- Pengaruh Harga (X₂): Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai signifikansi harga (X₂) terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian kopi arabika adalah $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa hipotesis H₁ diterima dan H₀ ditolak, sehingga ada pengaruh parsial antara variabel harga (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam pembelian kopi arabika di Sedotan Kopi, Paya Bujok Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa.
- Pengaruh Gaya Hidup (X₃): Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai signifikansi gaya hidup (X₃) terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian kopi arabika adalah $0,006 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa hipotesis H₁ diterima dan H₀ ditolak, sehingga ada pengaruh parsial antara variabel gaya hidup (X₃) terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam pembelian kopi arabika di Sedotan Kopi, Paya Bujok Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa.
- Pengaruh Promosi (X₄): Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai signifikansi promosi (X₄) terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian kopi arabika adalah $0,442 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa hipotesis H₁ ditolak dan H₀ diterima, sehingga tidak ada pengaruh parsial antara variabel promosi (X₄) terhadap

kepuasan konsumen (Y) dalam pembelian kopi arabika di Sedotan Kopi, Paya Bujok Blang Paseh, Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa.

2. Uji *Simultan* (Uji F)

Berikut adalah hasil pengujian yang diperoleh melalui uji *Simultan* (Uji F):

Tabel 7. Hasil Uji Simultan (Uji f)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1859,230	4	464,808	140,643	0,000
Residual	304,048	92	3,305		
Total	2163,278	96			

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS22 (2023).

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
- b. Predictors: (Constant), Promosi, Produk, Harga, Gaya Hidup

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas dengan taraf signifikansi 5%, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $0,01$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa produk (X_1), harga (X_2), gaya hidup (X_3), dan promosi (X_4) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sedotan Kopi Paya Bujok Blang Paseh Kecamatan Langsa Kota, Kota Langsa. Selain itu, berdasarkan uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 140,643, yang lebih besar daripada nilai F kritis 0,05 sebesar 3,09 dan F kritis 0,01 sebesar 4,83. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk (X_1), harga (X_2), gaya hidup (X_3), dan promosi (X_4) secara simultan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen di Sedotan Kopi Paya Bujok Blang Paseh Kecamatan Langsa Kota.

3. Uji *Adjusted R Square*

Berikut merupakan hasil pengujian dengan Uji *Adjusted R Square* :

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,927 ^a	0,859	0,853	1,818

Sumber: Data Primer diolah menggunakan SPSS22 (2023). (Lampiran 6)

Tabel di atas menunjukkan koefisien determinasi dari nilai *Adjusted R Square* yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen, yang diperoleh sebesar 0,853. Ini berarti bahwa variabel independen mampu menjelaskan 85,9% dari variabel dependen, sedangkan 14,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini, seperti faktor manusia, kemasan, dan proses.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan dan hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan hasil pengamatan dan penelitian di lapangan, kedai kopi Sedotan Kopi yang berdiri sejak tahun 2017 merupakan kedai kopi yang membawa konsep *modern* mampu

menghadapi persaingan pasar terhadap kedai kedai kopi yang menjamur di Kota Langsa. Produk yang diberikan untuk konsumen terbukti berpengaruh yang sangat nyata terhadap kepuasan konsumen di Sedotan Kopi.

2. Berdasarkan pengujian data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel bebas produk (X_1), harga (X_2), gaya hidup (X_3) sangat berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen dalam pembeli kopi arabika di Sedotan Kopi, dan variabel promosi (X_4) tidak berpengaruh nyata terhadap kepuasan konsumen di Sedotan Kopi, Kota Langsa.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan di atas, saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut: Dapat disarankan untuk *coffeshop* Sedotan Kopi harus lebih *upgrade*, dan mengikuti perkembangan zaman. Gaya hidup yang berubah-ubah dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, Dan selalu aktif di bagian promosi, *coffeshop* Sedotan Kopi lebih menekankan kepada tim promosi untuk lebih update dalam membuat *campaign* media social, atau di media manapun untuk suatu promosi.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara itu, promosi menunjukkan pengaruh yang paling kecil dibandingkan dengan variabel lainnya. Oleh karena itu, hal ini perlu diperhatikan oleh Sedotan Kopi untuk meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga dapat menjadi nilai tambah dan menarik minat konsumen untuk berkunjung ke kedai Sedotan Kopi Kota Langsa meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti (2017). Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor. *Jurnal manajemen dan Bisnis*, Vol 14, No 2 ISSN 1829-8680, E-ISSN 2599-0039.
- Apriyani, D. A., & Sunarti, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen the Little a Coffee Shop Sidoarjo)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Badan Pusat Statistik (BPS), Kota Langsa (2021) . *Kota Langsa Dalam Angka. Laporan Tahunan. Kota Langsa*
- Badan Pusat Statistik (BPS), Provinsi Aceh (2019) . *Aceh Dalam Angka. Laporan Tahunan. Aceh*
- Budiman, Haryanto (2012). *Prospek Tinggi Bertanam Kopi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Dara Utami (2019). *Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop Di Kota Medan*. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Dewi, P. V. A., Agung, A. A. P., & Prayoga, I. M. S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Langkah Coffee Shop. *EMAS*, 2(2).
- Feby Liany (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Minuman Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Yellow Truck Coffee Bandung*. Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Heryanto, Imam. (2017). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Implikasinya Pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship* vol.9 No.2. ISSN 2443-212.
- Hiwot, H. (2011). *Growth and Physiological Response of Two Coffea Arabica L. Population under High and Low Irradiance*. Thesis. Addis Ababa University
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

- Kusumasasti, I., Andarwati, A., & Hadiwidjojo, D. (2017). Pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap loyalitas pelanggan coffee shop. *Ekonomi Bisnis*, 22(2), 123-129.
- Lily Purwianti¹, Angeline,² Stefanie³, Vera Novilia, Windra Tan (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Rubeka Coffee Shop. *Journal Of Management*. Vol 5 No 2. ISSN : 2614-851X (Online).
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall. Com. *Journal Ikhraith Humaniora*, 2(1), 53-61.
- Pangestu, S. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 519-530.
- Razak, I., Nirwanto, N., & Triatmanto, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krishnadwipayana*, 7(2), 1-14.
- Saniah, S., Ariadi, B. Y., & Harpowo, H. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Kedai "Pesenkopi" di Kota Malang. *Agriecobis: Journal of Agricultural Socioeconomics and Business*, 3(1), 40-49.
- Slamet, A. S. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Studi kasus pada coffee shop di Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 10(2), 118-132.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk makanan sehat Soyjoy. *Cakrawangs Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17-28.
- Triana Kusuma Astuti , Dyah Mardiningsih, Sriroso Satmoko. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Jumlah Pembelian Bibit Cabai Di Usaha Tani Pembibitan Desa Sumberejo Kecamatan Ngablak Kabupaten Mangelang*. Universitas Diponegoro.
- Utami, D., Lubis, S. N., & Fauzia, L. (2019). *Analisis kepuasan konsumen dalam memilih coffee shop di kota medan*. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara