

Pengukuran Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Barista terhadap Kepuasan Tamu pada Brewlah Coffee and Roastery

Wige Fransiskus Soren^{1*}, Widyastuti Cahyaningrum², Syarif Hidayatullah³,
Yosanda Zata Aman⁴

¹ Program Diploma Kepariwisataaan, Universitas Merdeka Malang
Jl. Bandung No. 1 Malang, 65113, Indonesia

² Fakultas Ekonomi, Universitas Borneo Tarakan
Jl. Amal Lama No.Kel, Pantai Amal, Tarakan, Kalimantan Utara, Indonesia

^{3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Merdeka Malang
Jl. Terusan Raya Dieng 62-64 Malang, 65100, Indonesia

wige.fransiskus@student.unmer.ac.id

<p>Article Info</p> <p>Keywords Product quality; Service; Barista; Satisfaction;</p>	<p>Abstract</p> <p><i>Brewlah Coffee and Roastery is a coffee shop business in Malang City which has been established for three years. Judging from the competition in the world of coffee shops in Malang City, it takes a good place, quality, and service to be able to compete in other culinary fields of MSMEs. This research was conducted with the aim of knowing and analyzing the quality of Barista products and services on guest satisfaction at Brewlah Coffee and Roastery. This study used 114 respondents who were guests of Brewlah Coffee and Roastery. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to the guests of Brewlah Coffee and Roastery randomly. The data processing method uses a simple linear reference analysis method through the SPSS program. From testing the hypothesis, it was obtained that there was a positive and significant effect partially or simultaneously between product quality and service quality on Brewlah Coffee And Roastery Guest Satisfaction. It can be interpreted that the better the product quality and service quality will further increase guest satisfaction, then other results obtained product quality has a dominant effect on guest satisfaction.</i></p>
<p>Info Artikel</p> <p>Kata Kunci Kualitas produk; Pelayanan; Barista; Kepuasan;</p>	<p>Abstrak</p> <p>Brewlah Coffee and Roastery merupakan usaha <i>coffee shop</i> di Kota Malang yang telah berdiri selama tiga tahun. Dilihat dari persaingan dalam dunia <i>coffee shop</i> di Kota Malang, dibutuhkan tempat, kualitas, dan pelayanan yang baik agar mampu bersaing di UMKM bidang kuliner lainnya. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk dan Pelayanan Barista terhadap kepuasan tamu pada Brewlah Coffee and Roastery.. Pada penelitian ini menggunakan 114 responden yang merupakan tamu Brewlah Coffee And Roastery. Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada Tamu Brewlah Coffee And Roastery secara acak. Metode pengolahan data menggunakan metode analisis regresi linear sederhana melalui program SPSS. Dari pengujian hipotesis didapatkanlah pengaruh positif dan signifikan secara parsial maupun simultan antara Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Brewlah Coffee And Roastery. Dapat diartikan bahwa semakin baik Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan akan semakin meningkatkan kepuasan tamu, selanjutnya hasil lainnya diperoleh kualitas produk berpengaruh dominan terhadap kepuasan tamu.</p>

Pendahuluan

Pariwisata adalah industri perdagangan jasa untuk memenuhi kebutuhan tersier. Pariwisata sendiri memiliki berbagai macam jenisnya antara lain, wisata sejarah, wisata ziarah, wisata bisnis, wisata kuliner, dan lain-lain. Akan tetapi, wisata kuliner lebih banyak menjadi alasan kebanyakan orang mengunjungi kota-kota jauh. Karena kuliner tersebut dapat menjadi ciri khas dalam kota, sehingga menjadi daya tarik tersendiri. Usaha dalam bidang kuliner ini ada berbagai macam, salah satunya adalah UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). UMKM merupakan usaha yang produktif untuk mendukung perkembangan ekonomi baik secara makro dan mikro (Suci, 2016). Maka dari itu, UMKM sangat didukung oleh pemerintah kota dan telah berkembang pesat di berbagai

kota di Indonesia, seperti Kota Malang. Kota Malang saat ini memiliki berbagai macam UMKM, salah satunya adalah Brewlah Coffee and Roastery.

Brewlah Coffee and Roastery merupakan usaha *coffee shop* yang terletak di Jalan Danau Tondano Raya No. 10 Sawojajar, Kota Malang. *Coffee shop* ini telah berdiri selama tiga tahun. Dilihat dari persaingan dalam dunia *coffee shop*, dibutuhkan tempat, kualitas, dan pelayanan yang baik agar mampu bersaing di UMKM bidang kuliner. Akan tetapi, Brewlah Coffee and Roastery sudah memiliki standart sebagai tempat yang nyaman untuk melakukan berbagai aktivitas santai seperti waktu istirahat di sela pekerjaan, belajar, dan sebagai tempat tongkrongan, selain itu tempat ini juga cocok untuk melakukan photoshoot. Namun, kondisi saat ini ada beberapa komentar konsumen yang merasakan ketidak puasan dalam menikmati minuman. Tidak hanya itu, konsumen juga merasakan dalam segi pelayanannya, ada beberapa konsumen berkomentar dalam ulasan aplikasi Google bahwa pelayanan kurang siap siaga jika ada konsumen datang (Adhi & Yunus, 2022).

Melihat dari pemaparan di atas, kondisi Brewlah Coffee and Roastery belum bisa dikatakan sebagai *coffee shop* yang sepenuhnya layak dalam kualitas dan pelayanannya. Kualitas produk kopi masih berdampak pada komentar dari konsumen menjadi buruk. Konsumen berpendapat bahwa kopi dalam milk based tidak mendapatkan standart yang nyaman untuk dinikmati. Tidak hanya itu, pelayanan barista dirasa cukup kurang siaga, tetapi barista merasakan bahwa sudah memberikan usaha yang optimal. Dengan kondisi ini, akan berdampak pada ciri khas *coffee shop* tersebut, citra yang akan timbul jika dibiarkan adalah Brewlah Coffee and Roastery memiliki kopi yang kurang nyaman untuk dinikmati. Selain itu, pelayanan yang kurang siap saat konsumen datang menjadikan konsumen merasa kurang diperhatikan. Solusi yang dibutuhkan adalah melihat penyebab kualitas produk minuman menjadi buruk dan pelayanan yang dirasa kurang optimal.

Dari Uraian yang telah disampaikan di atas, maka tujuan kajian ini adalah : 1) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan tamu pada Brewlah Coffee and Roastery. 2) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah Pelayanan Barista berpengaruh terhadap kepuasan tamu pada Brewlah Coffee and Roastery. 3) Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas produk dan Pelayanan Barista berpengaruh terhadap kepuasan tamu pada Brewlah Coffee and Roastery. 4) Untuk mengetahui dan menganalisis manakah dari kualitas produk dan Pelayanan Barista yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan tamu pada Brewlah Coffee and Roastery.

Metode

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis metode penelitian kuantitatif yakni, penelitian yang datanya berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Menurut (Sugiono, 2016) (Alvianna et al., 2022) kuantitatif adalah penelitian model tradisional dan metode ini disebut juga sebagai metode ilmiah. Dalam penelitian ini dibutuhkan variabel penelitian untuk dapat menggali informasi yang bertujuan menarik kesimpulan. Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, yakni : 1) Variabel independen X_1 adalah variabel stimulus atau variabel bebas yang mempengaruhi sebab perubahannya atau timbulnya dependen. Untuk penelitian ini kualitas produk sebagai X_1 . 2) Dengan pengertian yang sama pada variabel X_1 , variabel independen X_2 di penelitian ini adalah kualitas pelayanan. 3) Variabel Y adalah variabel output atau variabel terikat, variabel ini dipengaruhi atau sebagai akibat dari stimulus atau variabel bebas. Adapun definisi operasional variabel dalam penelitian ini disajikan pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1 : Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kualitas produk (X_1)	Kualitas produk adalah nilai pada sebuah produk baik secara tampilan, rasa, hingga <i>aftertaste</i> yang didapatkan	- Rasa minuman kopi pada <i>coffee based</i> - Bahan baku yang digunakan - Tampilan produk
2.	Kualitas pelayanan barista (X_2)	Kualitas pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang	- Kemampuan dalam meracik minuman

No	Variabel	Definisi	Indikator
3.	Kepuasan konsumen (Y)	sebagai pekerja - dengan memenuhi keinginan, permintaan, dan kebutuhan konsumen Kepuasan konsumen adalah sikap dan perasaan pembeli yang mempengaruhi citra produk dan pelayanan	- Profesionalitas dalam melayani - Inisiatif dan daya tanggap - Kritik dan saran - Kesesuaian <i>ekspektasi</i> dalam menikmati produk

Sumber : Berbagai Artikel, Diolah (2022)

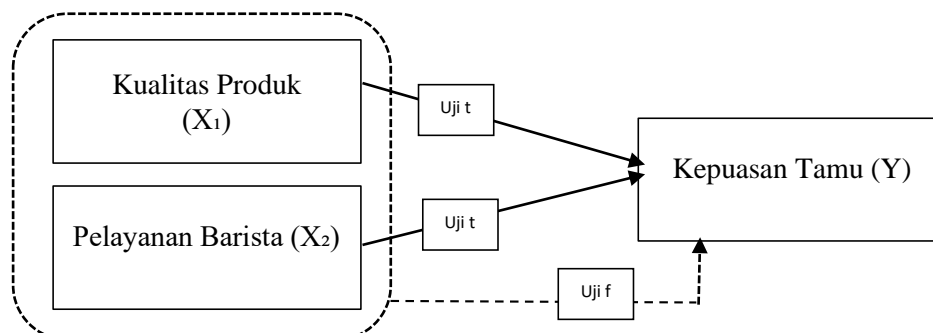
Pada penelitian ini yang menjadi variabel Y adalah kepuasan tamu, Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke Brewlah Coffee & Roastery dengan rincian kunjungan selama 5 bulan terakhir sebagai berikut :

Tabel 2 : Data Pengunjung Brewlah Coffee & Roastery

No	Bulan	Jumlah
1	Agustus	1.000
2	September	1.400
3	Oktober	1.325
4	November	1.300
5	Desember	1.450
Jumlah		6.475

Sumber : Data dari pengelola Brewlah Coffee & Roastery (2023)

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, sampel yang akan menjadi responden sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisa data deskriptif kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dari kuisioner dan pengamatan di lapangan, semua informasi yang berhasil dikumpulkan, dipelajari sehingga menjadi suatu kesatuan yang utuh, Sebuah dasar untuk mendapatkan nilai dari sebuah variabel Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Barista Terhadap kepuasan Tamu Pada Brewlah Coffee & Roastery dengan cara mencari sebuah rata-rata pada sebuah item dan indikator yang terdapat. Analisis yang digunakan menggunakan analisis regresi linear berganda. Sedangkan Kerangka konseptual penelitian disampaikan pada gambar berikut :



Gambar 1 : Kerangka Konseptual Penelitian (2023)

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Regresi Berganda

Uji analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Berdasarkan perhitungan regresi berganda antara Kualitas Produk, kualitas Pelayanan, dan Kepuasan tamu diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3 : Analisis Linear Berganda

Model	Var	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
(Constant)		0,710	0,276		2,571	0,011
Kualitas Produk	X1	0,439	0,074	0,450	4,777	0,000
Kualitas Pelayanan	X2	0,413	0,043	0,391	4,156	0,000
Dependent Variable <i>Kepuasan Tamu (Y)</i>						
R		0,796				
R ²		0,633				
R ² Adjusted		0,627				
F hitung		95,902				
Probability		0.000				
Line Equation		$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$				
Result		$Y = 0,710 + 0,439X_1 + 0,413X_2 + e$				

Sumber: Data Primer, Diolah Tahun 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel 3 diperoleh persamaan regresi $Y = 0,710 + 0,439 X_1 + 0,413 X_2$ artinya , konstanta sebesar 0,710 artinya apabila variabel X1 (kualitas produk) dan variabel X2 (kualitas pelayanan) tidak ada atau sama dengan 0 (nol) maka Minat berkunjung akan tetap sebesar 0,710. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,439 bernilai positif menyatakan pengaruh yang positif dari variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Tamu, maka jika Kualitas Produk terus di tingkatkan maka akan meningkatkan Kepuasan Tamu mengunjungi Brewlah Coffee & Roastery. Sedangkan koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,413 bernilai positif menyatakan pengaruh yang positif dari variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu, maka jika kualitas pelayanan barista semakin di tingkatkan maka Kepuasan Tamu akan semakin meningkat pada Brewlah Coffee & Roastery.

Dari hasil olah SPSS yang ada pada tabel 3 hasil uji regresi linear berganda diketahui variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan tamu pada Brewlah Coffee & Roastery. Untuk melihat pengaruh secara simultan dapat dilihat dari hasil uji F yaitu dengan cara membandingkan antara Fhitung dan Ftabel dengan menentukan pembilang melalui jumlah variabel bebas (k) dan penyebut dari rumus $n - k$. Dalam penelitian ini $n = 114$ dan $k = 2$. Maka nilai pembilang dalam penelitian ini adalah 2 dan penyebut adalah 112. Sehingga diperoleh nilai Ftabel sebesar 4,78 dan nilai Fhitung sebesar 69.378 yang didapat dari hasil analisa dengan program SPSS. Maka dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($95,902 > 4,78$) yang berarti bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap kepuasan tamu pada Brewlah Coffee & Roastery.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Tamu Pada Brewlah Coffee & Roastery.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Kualitas Produk secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan tamu pada Brewlah Coffee & Roastery. Kualitas Produk digunakan sebagai indikator yang menjadi tolak ukur sebagai Kepuasan Tamu pada Brewlah Coffee & Roastery sebuah tujuan untuk memberi kepuasan pada tamu. Oleh karena itu Kualitas Produk yang baik, yang diolah dengan proses pengolahan yang baik akan sebanding dengan kepuasan tamu yang diperoleh setelah menikmati produk yang disajikan. Semakin Kualitas Produk yang terus ditingkatkan, maka pengunjung akan semakin puas untuk berkunjung dan ingin menikmati produk yang disajikan pada Brewlah Coffee & Roastery. Berdasarkan hasil uji hipotesis pertama tentang pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Tamu pada Brewlah Coffee & Roastery diperoleh keterangan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan tamu yaitu dengan signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05. Dimana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,777 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar 1,656 yang berarti bahwa Semakin Kualitas produk terus ditingkatkan dan dipertahankan, maka pengunjung akan semakin ingin berminat untuk berkunjung dan ingin menikmati produk yang disajikan pada Brewlah Coffee & Roastery.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (D, 2021) dalam penelitiannya tentang Analisis Pengaruh kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian, dimana hasil dari penelitian ini adalah ketiga variabel yaitu kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Pada manajemen perusahaan memiliki keinginan tinggi terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Hal ini dikarenakan, 1) Dapat meningkatkan reputasi perusahaan : Dengan menciptakan produk yang berkualitas, perusahaan akan mendapatkan predikat yang bagus di mata pelanggan. Bahkan tidak menutup kemungkinan produk akan cepat berekspansi ke pasar global, 2) Kesempatan mewujudkan *cost reduction* : Dengan menghasilkan produk yang berkualitas, berarti perusahaan mampu melakukan kegiatan produksi dengan efektif dan efisien. Produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan sehingga jumlah produk defect atau barang cacat dapat ditekan sekecil mungkin (*zero waste*), serta 3) Menjadi kunci untuk mendapat loyalitas pelanggan : Kualitas menjadi kunci utama agar produk dikenal dan dipercaya masyarakat luas. Jika ingin meningkatkan loyalitas ke level yang lebih tinggi pastikan Anda meningkatkan kualitas terlebih dahulu. Baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan. Saat ini konsumen cenderung memilih sebuah produk karena kelebihan, baik itu tekstur dan rasa yang lebih komplit atau pun pelayanan pelanggan yang lebih baik (Kesuma et al., 2021)(Kotler, 2018).

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu Pada Brewlah Coffee & Roastery.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh variabel Kualitas Pelayanan secara parsial yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Tamu di Brewlah Coffee & Roastery. Pengetahuan dan informasi juga promosi yang cukup tentang menu yang disajikan maka dengan sendirinya menarik minat pengunjung untuk datang ke Brewlah Coffee & Roastery.

Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua tentang Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Tamu diperoleh keterangan bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Tamu dengan signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05. Dimana pada hasil uji t diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,156 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,656 yang berarti bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan maka pengunjung akan semakin tertarik dan berminat untuk berkunjung ke Brewlah Coffee & Roastery. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Putri et al., 2021) (Aulia & Furyanah, 2022) dalam penelitian tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dimana hasil dari penelitian ini adalah ketiga variabel yaitu produk, harga, dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik ini mampu menarik para konsumen baru untuk kemudian ikut serta melakukan transaksi akan produk maupun jasa yang ditawarkan karena usaha bisnis tersebut telah dikenal memiliki citra yang baik (Sholeha et al., 2020)(Rosidah, 2015).

3. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Barista Terhadap Kepuasan Tamu Pada Brewlah Coffee & Roastery.

Uji F (uji simultan) berfungsi untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas (independen) secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil analisis uji F dengan menggunakan SPSS diperoleh F_{hitung} sebesar 95,902 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 maka dapat diartikan bahwa kedua variabel bebas yaitu Kualitas Produk dan Kualitas berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Tamu.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Christono, 2022)(Tannady et al., 2022)(Oktarini, 2020) dalam penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan, dimana hasil penelitiannya adalah Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Coffee RR Pekanbaru. Diharapkan kepada perusahaan agar selalu memperhatikan kualitas pelayanan, karyawan Coffe RR agar terus meningkatkan pelayannya.

4. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap Kepuasan Tamu pada Brewlah Coffee & Roastery.

Pada hipotesis 4 diduga kualitas pelayanan (X_2) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan tamu (Y) berdasarkan hasil uji regresi dengan melihat nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,439 dan nilai koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,413 yang berarti bahwa variabel kualitas produk yang dominan berpengaruh terhadap variabel minat kepuasan tamu dimana yang menjadi tolak ukur kepuasan tamu adalah kualitas pelayanan dan pengetahuan yang cukup akan informasi tentang suatu produk yang akan disajikan.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya oleh (Elvina & Lestari, 2022) (Kudus et al., 2020) tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan barista terhadap kepuasan konsumen, dimana hasil penelitiannya adalah menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kedai Kopi Espresso Bar Solo tahun 2008, maka dapat diketahui apabila kualitas produk baik akan menyebabkan kepuasan pelanggan menjadi baik. Demikian halnya dengan kualitas pelayanan yang baik menyebabkan kepuasan pelanggan menjadi baik atau meningkat. Sebaliknya apabila kualitas produk dan kualitas pelayanan kurang atau rendah, maka akan menyebabkan kepuasan pelanggan akan menjadi kurang atau rendah. Pentingnya kualitas produk bagi perusahaan mencerminkan merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya dengan mempertimbangkan berbagai aspek seperti keandalannya, daya tahan yang dimilikinya, nilai kemudahannya, kebutuhannya akan perbaikan, serta nilai-nilai lainnya yang juga perlu diperhatikan. Dari pengertian tersebut saja, pelaku usaha sudah dapat memperkirakan upaya apa saja yang perlu dilakukan untuk memastikan kualitas tetap selalu terjaga (Novia et al., 2020)(TAUFAN, 2021).

Simpulan dan Saran

Seiring berjalannya waktu, banyak sekali cara yang digunakan industri kopi untuk memberikan kepuasan terhadap tamu. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan adalah salah satu cara *coffee shop* untuk memberikan kepuasan terhadap tamu. Setelah dilakukan penelitian melalui uji survey dengan cara menyebarkan kuesioner kepada tamu Brewlah Coffee & Roastery, dan kemudian data tersebut diuji kembali terkait validitas, reliabilitas, normalitas, dan beberapa uji lainnya, maka didapatkan jawaban bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu Brewlah Coffee & roastery. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah : 1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan Terhadap Kepuasan Tamu Pada Brewlah Coffee & Roastery. 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Tamu Pada Brewlah Coffee & Roastery. 3) Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Barista berpengaruh secara bersama-

sama Terhadap Kepuasan Tamu Pada Brewlah Coffee & Roastery. 4) Kualitas produk merupakan variabel yang dominan pengaruhnya terhadap Kepuasan Tamu pada Brewlah Coffee & Roastery.

Setelah melakukan penelitian, peneliti menyadari masih banyak sekali kekeliruan dan keterbatasan pada penelitian yang telah dilakukan ini. Namun peneliti berharap, bahwa penelitian ini memberikan pengaruh positif dan kontribusi yang bermanfaat. 1) Bagi Brewlah Coffee & Roastery : Dari penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan masukan dan kebijakan dengan upaya menambah daya tarik pengunjung untuk datang ke Brewlah Coffee & Roastery. Peneliti juga berharap penerapan metode Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan sebaiknya lebih diperhatikan, dan dibuat lebih efisien, 2) Bagi Peneliti Selanjutnya : Penulis berharap dengan membaca penelitian ini, maka pembaca akan mendapatkan ilmu baru, dan semoga bisa dipakai sebagai acuan penelitian selanjutnya. Penulis juga berharap untuk peneliti selanjutnya akan sangat baik jika mengkaji penelitian ini dengan menambah variabel lain yang sesuai, dan kemudian penelitian ini menjadi lebih baik lagi. Selanjutnya perusahaan juga perlu memperhatikan hal lain yang mempengaruhi kepuasan seperti penelitian yang dilakukan oleh (Mariani et al., 2022) tentang mise, promosi dan *word of mouth* (Agitasari et al., 2022)(Subhan et al., 2022) , serta memperhatikan kebersihan dan pemberian pelayanan yang maksimal (Indranopa & Hermanto, 2020)(Meliyani, 2017).

Daftar Pustaka

- Adhi, R. W., & Yunus, U. (2022). The Meaning of Coffee for Barista in Speciality Coffee Shop in Indonesia. *Journal of Creative Communications*. <https://doi.org/10.1177/09732586211005880>
- Agitasari, D. A., Krisnanda, R., & ... (2022). Pengaruh Promosi dan Word of Mouth Terhadap Minat Berkunjung ke Wisata Religi Makam Sunan Giri Gresik. ... *Dan Perjalanan Wisata ...*, 2(1), 28–36. <https://www.jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt/article/view/7373>
- Alvianna, S., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). Pengantar Ilmu Pariwisata Pariwisata. *UWAIS Publisher, September*, 1–344.
- Aulia, I., & Furyanah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada CV Langit Biru Tangerang. *Lensa Ilmiah: Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya*. <https://doi.org/10.54371/jms.v1i2.191>
- Christono, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal of Economics and Business UBS*. <https://doi.org/10.52644/joeb.v8i1.13>
- D, S. (2021). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian“ (Studi pada Coffee Shop Stove Syndicate di Semarang). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*.
- Elvina, C., & Lestari, R. B. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ichiban Sushi Di Palembang Trade Center. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i2.2315>
- Indranopa, R., & Hermanto, A. (2020). Pengaruh Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Distro-Distro di Mataram). *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*. <https://doi.org/10.30812/target.v2i2.967>
- Kesuma, M., Fitria, D., & Umar, A. U. A. Al. (2021). Pengaruh_Harga_Kualitas_Produk_Dan_Merek. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*.
- Kotler. (2018). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Among Makarti*.
- Kudus, N. R., Nasrul, N., & Juharsah, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Car Di Kota Kendari. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.55598/jmk.v12i2.14022>
- Mariani, R., Setioko, D., Sugeha, A. Z., & ... (2022). Pengaruh Mise En Place Terhadap Kinerja Karyawan Restaurant Peco-Peco Sushi Japanese Restaurant. ... *Wisata (Jurnal Tesla ...)*, 2(1), 12–18. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jt/article/view/7180>

- Meliyani, R. (2017). Pengaruh Dimensi Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kfc Coffee Kedaton Bandar Lampung. In *Journal of Molecular Biology*.
- Novia, M. A., Semmaila, B., & Imaduddin, I. (2020). Pengaruh kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Tata Kelola*.
<https://doi.org/10.52103/tatakelola.v7i2.174>
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Sekretari Universitas Pamulang*.
<https://doi.org/10.32493/skr.v6i2.5541>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*.
<https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rosidah, R. (2015). Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan dalam Organisasi. *Efisiensi - Kajian Ilmu Administrasi*. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v7i1.3912>
- Sholeha, S., Kusindrati, K., Tanuwijaya, R. R., & Marini, R. (2020). Pentingnya Kualitas Pelayanan Makanan terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*.
<https://doi.org/10.33221/jikes.v19i02.513>
- Subhan, Ode, P. K., & Hidayanti, I. (2022). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Pada Masker Axis-Y Mugwort Pore Clarifying Wash Off Pack Dengan Brand Image Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pengguna TikTok). *Jurnal Mitra Manajemen*.
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v6i3.601>
- Suci, Y. R. (2016). Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Wilayah Pedesaan. *Journal Development*. <https://doi.org/10.53978/jd.v4i2.37>
- Sugiono. (2016). Metode Pendekatan Kuantitatif, kualitatif dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.
- Tannady, H., Suyoto, Y. T., Purwanto, E., & Anugrah, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*.
- TAUFAN, M. Y. (2021). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen. *PARADOKS : Jurnal Ilmu Ekonomi*. <https://doi.org/10.33096/paradoks.v4i2.820>