

PENGARUH PENGARUH LIVE STREAMING PADA TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA MAHASISWA ALMUSLIM)

[THE INFLUENCE OF TIKTOK SHOP LIVE STREAMING ON CONSUMER PURCHASING DECISIONS (A CASE STUDY OF ALMUSLIM UNIVERSITY STUDENTS)]

Nisrina^{1*}

¹ Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Almuslim Bireuen – Aceh

*Corresponding author: Nisrina, email: nisrinanisrina857@gmail.com

Received | May 5, 2026, Accepted | June 17, 2026, Published | June 29, 2026

ABSTRACT | Lifestyle changes, with people increasingly choosing to eat out, have intensified competition in the culinary industry, particularly in coffee shops and similar cafes. Therefore, product and service quality are crucial factors in retaining customers. Customer satisfaction is crucial for retaining customers. Therefore, this study aims to analyze factors influencing customer satisfaction. A case study was conducted at the Atlantis Kupi Coffee Shop (Warkop) in North Aceh Regency. A quantitative associative method was used with multiple linear regression analysis. Data were collected through questionnaires distributed to customers. The results indicate that, partially, product quality and service quality significantly influence customer satisfaction. Simultaneously, both factors contribute 43.5% to customer satisfaction, as stated and requested by customers. The coffee products provided by Warkop Atlantis Kupi need to maintain product quality with consistent taste and good raw materials, as well as improve service to maintain customer satisfaction and loyalty.

Keywords: product quality, service quality, customer satisfaction

ABSTRAK | Bisnis online dengan live streaming (atau live shopping) adalah metode berjualan yang memungkinkan interaksi langsung dan real-time antara penjual dan pembeli melalui platform digital seperti TikTok, Shopee, atau Instagram. Ini sangat efektif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong keputusan pembelian secara cepat. Maka penelitian bertujuan menganalisis dampak langsung live streaming pada TikTok Shop terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian dilakukan studi kasus pada kaum milenial yakni diambil sampel mahasiswa di kampus Universitas Almuslim Bireuen, secara kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Instrumen melalui kuesioner dengan skala likert-5, dalam menjangkau persepsi responden, dan untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara live streaming terhadap keputusan pembelian, dengan nilai perubahannya sebesar 0,396. Dan hasil analisis korelasi, menunjukkan terdapat 28,3% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel live streaming.

Kata Kunci: live streaming, tiktok shop, keputusan pembelian, pemasaran digital

PENDAHULUAN

Provinsi Aceh memiliki beraneka ragam budaya dan wisata, seperti wisata alam, wisata buatan dan wisata kuliner sehingga membuat Aceh menjadi tempat wisata populer. Dan Warung kopi (Warkop), atau dikenal dengan sebutan Cafe di kebanyakan kabupaten/kota di Aceh menjamur berdiri, untuk

melayani masyarakat setempat ataupun dari luar kota singgah dan beristirahat disana, sambil menikmati makanan khas aceh dan kopu Aceh yang sudah terkenal di manca negara. Sebagai contoh di Kabupaten Aceh Utara, berada Warkop Atlantis, yang menyediakan masakan khas Acweh an minuman kopi Aceh (khususnya kopi arabika gayo) menjadi tempat

wisata kuliner saat ini yang sangat populer di kalangan masyarakat Aceh Utara. Hal ini semua akibat adanya perubahan gaya hidup masyarakat dalam memenuhi kebutuhan makan dan minumannya. Ditandai dengan tren masyarakat lebih memilih makan dan minum di tempat-tempat yang menyediakan makanan cepat saji dan terkesan mewah seperti cafe, restoran dan rumah makan lainnya (Café & Resto).

Dalam konteks budaya ngopi dapat dilihat sebagai suatu proses yang terkait dengan perkembangan kapitalisme global. Dalam hal ini modernitas merupakan sebuah pergeseran dari budaya tradisional ke budaya modern yang lebih berorientasi pada material. Dalam artian individu akan lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada kebutuhan (*need*) dan individu cenderung dikuasai oleh hasrat kesenangan material semata” (Solikatur & Demartono, 2015).

Modernitas juga dapat dipengaruhi oleh faktor globalisasi yang membawa perubahan dalam cara masyarakat dalam mengonsumsi kopi. Perkembangan globalisasi memunculkan kedai-kedai kopi modern seperti *Starbucks* dan cafe-cafe lainnya yang menawarkan fasilitas, suasana dan gengsi yang lebih tinggi. Cafe-cafe ini telah menjadi tren bagi masyarakat (Wulandari *et al.*, 2024).

Dengan adanya modernitas dalam konteks perubahan budaya ngopi yang awalnya masyarakat ngopi di warung kopi, kemudian bergeser ke cafe modern ini membuat banyak orang ingin mendirikan cafe modern juga. Hal ini dikarenakan mereka melihat peluang keuntungan yang besar dari mendirikan cafe modern ini (Wulandari *et al.*, 2024).

Hal ini terjadi karena mobilitas masyarakat yang semakin cepat dan menyukai segala sesuatu yang praktis, didukung dengan padatnya aktivitas diluar rumah, sehingga tidak ada waktu untuk menyiapkan makanan. Perubahan gaya hidup masyarakat ini membuat para wirausahawan terdorong untuk membuka usaha di bidang kuliner, salah satunya warkop.

Sekarang ini warkop sudah sangat banyak ditemukan di provinsi Aceh. Oleh karena itu, warkop harus melakukan pemasaran produknya dengan tepat untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas agar konsumen mudah mendapatkan apa yang dibutuhkannya sehingga konsumen merasa

puas karena dapat menemukan produk sesuai yang diharapkannya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan yang timbul sebagai hasil evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang dirasakan oleh seseorang setelah menikmati suatu produk atau jasa dengan membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diharapkan (Cadotte, 2014).

Suatu keberhasilan dalam mencapai kepuasan konsumen ditandai dengan konsumen merasa puas dan kemungkinan besar akan kembali membeli produk atau menggunakan jasa pada warkop yang sama dan juga konsumen tersebut bersedia untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Kepuasan konsumen harus benar-benar diperhatikan oleh warkop karena jika kepuasan konsumen dapat dicapai maka akan berdampak positif terhadap keberlangsungan hidup suatu usaha.

Warkop harus melakukan pemasaran produknya dengan tepat untuk mencapai kepuasan konsumen tersebut, dimana warkop harus mampu mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga konsumen mendapatkan produk sesuai yang dibutuhkannya.

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang dapat digunakan warkop untuk membentuk karakteristik jasa atau produk yang ditawarkan kepada Konsumen. Alat-alat tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi jangka panjang dan juga untuk merancang program taktik jangka pendek. Bauran pemasaran (*marketing mix*) terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi (Tjiptono, 2014).

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada konsumen dan merupakan suatu hal yang sangat penting yang harus diciptakan warkop karena tanpa adanya suatu produk warkop tidak bisa menawarkan sesuatu kepada konsumen. Warkop harus selalu menjaga kualitas produknya, menciptakan produk baru yang tidak dimiliki oleh warkop lain yang sejenis.

Kualitas produk adalah total fitur dan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan (berpusat pada konsumen). Kualitas produk memiliki suatu ketertarikan bagi konsumen dalam mengelola

hubungan yang baik dengan warkop penyedia produk (Kotler dan Keller, 2008). Adanya hubungan timbal balik antara warkop dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang dipersepsi konsumen. Apabila kinerja dari suatu produk yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen, maka kualitas produk yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen.

Dalam kualitas suatu produk makanan atau minuman dapat dilihat dari beberapa indikator yaitu penampilan produk, porsi produk, temperatur, aroma, tingkat kematangan, rasa, bentuk, warna, dan tekstur. Jika suatu produk memenuhi indikator tersebut dengan baik maka kualitas produk tersebut bisa dikatakan bagus. Tidak hanya kualitas produk yang harus diperhatikan, tetapi warkop harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas dan betah berada di tempatnya tersebut, karena percuma kalau hanya kualitas produknya saja yang bagus tetapi pelayanannya tidak bagus, konsumen juga tidak akan merasa puas terhadap apa yang ia dapatkan dari tempat tersebut. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen (Fiani dan Japariato, 2012).

Ketika pelayanan yang diberikan oleh suatu warkop di nilai baik maka akan memberikan suatu dorongan kepada Konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan warkop. Oleh karena itu, kualitas produk dan kualitas pelayanan harus benar-benar diperhatikan oleh pemilik usaha agar usahanya bisa bertahan dalam persaingan yang begitu ketat seperti yang terjadi saat ini.

Berbagai studi manajemen bisnis membuktikan bahwa kedua, yakni elemen kualitas produk dan kualitas pelayanan ini adalah pilar utama pembentuk kepuasan pelanggan, yang menjadi kunci utama agar bisnis dapat mempertahankan loyalitas konsumen dan terus tumbuh di tengah persaingan ketat (Putri, A. R., 2025).

Berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan di temukan Permasalahan Terkait Kualitas Produk mengenai Konsistensi Rasa dan Kualitas Bahan Baku, Penggunaan bahan baku yang kurang segar atau berkualitas rendah. Perbedaan takaran atau resep antar barista atau juru masak. Sehingga konsumen merasa

tidak puas karena pengalaman rasa kopi yang disajikan tidak konsisten. Kehilangan kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk. Menu yang monoton dan kurang variatif.

Kurangnya inovasi dalam menawarkan menu baru atau mengikuti tren kuliner. Sehingga konsumen merasa bosan dan beralih ke warkop lain yang menawarkan pilihan lebih menarik. Penyajian makanan dan minuman yang kurang bersih atau kurang menarik.

Permasalahan lainnya juga ada terkait kualitas pelayanan di temukan bahwa waktu tunggu yang lama untuk memesan, menyiapkan pesanan, atau membayar, terutama saat warkop ramai. Sikap pelayan yang kurang ramah, tidak sopan, atau tidak responsif terhadap permintaan konsumen. Kondisi tempat yang kurang bersih, panas, berisik, atau kurang nyaman. Persepsi bahwa warkop kurang efisien. Pengalaman negatif bagi konsumen dan potensi untuk tidak kembali

Citra buruk bagi warkop, Kekecewaan yang mendalam bagi konsumen dan potensi penyebaran ulasan negatif. Kerusakan reputasi warkop. Ketidaknyamanan konsumen dan keinginan untuk tidak berlama-lama di warkop. Penurunan daya tarik warkop sebagai tempat bersantai.

Berdasarkan uraian di atas, sudah dijelaskan bahwa sekarang ini sudah sangat banyak ditemukan warkop di Aceh Utara, salah satunya adalah Warkop Atlantis Kupi. Warkop Atlantis Kupi salah satu tempat favorit bagi masyarakat aceh utara untuk menikmati kopi tetapi karena kurangnya jumlah barista dan karyawan disaat ramainya pengunjung yang datang ke Warkop Atlantis Kupi membuat pelayanan yang diberikan kurang maksimal, dimana pengunjung harus menunggu lama untuk dapat menikmati menu yang dipesannya. Kondisi ini dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai kepuasan konsumen Warkop Atlantis Kupi sehingga peneliti ingin melakukan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Atlantis Kupi di Aceh Utara”. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pihak pengelola untuk meningkatkan kualitas layanan dan memastikan kepuasan pelanggan tetap terjaga, sehingga usaha dapat terus berkembang dan bersaing di tengah maraknya bisnis warung kopi di Aceh Utara.

LANDASAN TEORITIS

Perkembangan industri kuliner, khususnya di segmen coffee & resto, menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Konsumen tidak hanya menuntut produk yang lezat, tetapi juga mengharapkan pengalaman layanan yang menyenangkan (Putri, A. R., 2025).

Dalam konteks ini, kualitas produk dan kualitas pelayanan menjadi dua elemen kunci yang sangat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam penelitian (Liany dkk, 2024) kualitas produk menunjukkan indikasi pada suatu produk untuk melakukan berbagai fungsi, seperti daya tahan, keunggulan, keandalan, dan kemudahan penggunaan bagi pengguna. Selain itu, menurut (Riyanto & Satinah, 2023) kualitas produk menjadi faktor penting yang mempengaruhi kepuasan konsumen dalam memilih suatu produk setelah mereka membelinya dan menggunakannya.

Hal ini juga ditemukan dari penelitian Putri, A. R., (2025), bahwa selain kualitas produk, aspek kualitas pelayanan juga memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan konsumen. Jika pelayanan yang diterima berada di bawah ekspektasi, maka pelanggan cenderung merasa kecewa. Sebaliknya, apabila pelayanan sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas dan senang. (Papatungan dkk, 2022).

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Sampel Penelitian

Penelitian dilakukan di Warkop Atlantis Kupi di Simpang Mulieng Kecamatan Syamtalira Aron Kabupaten Aceh Utara. Bentuk pengamatan yang dilakukan dalam penelitian adalah bentuk survei. Survei yaitu dilakukan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala yang ada dan mencari keterangan secara faktual. Dalam penelitian, data dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Sampel dalam penelitian ini adalah 80 orang dengan kriteri pengambilannya adalah masyarakat-masyarakat yang menjadi konsumen warkop antlantis kupi aceh utara.

Sumber Data

Untuk menunjang kelengkapan pembahasan dalam

penulisan skripsi ini. Penulis memperoleh data yang bersumber dari data primer diperoleh melalui wawancara dengan panduan kuesioner kepada responden. Jenis pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner adalah closed ended questions, yaitu bentuk pertanyaan dengan beberapa alternatif jawaban bagi responden.

Teknik Analisis Data

Analisis data kuantitatif dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Analisis regresi (Marwan *et al.*, 2025) digunakan untuk menaksir dan menguji hubungan dan pengaruh antar variabel. Biasanya, metode ini diterapkan untuk mengevaluasi bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Untuk dapat memperoleh hasil regresi yang terbaik maka harus memenuhi kriteria statistik yaitu terpenuhinya uji t, uji f dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

Analisis dengan regresi berganda, dan berdasarkan hasil uji parsial (uji t), variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai t hitung sebesar 6,046 dengan tingkat signifikansi 0,000, sedangkan t tabel sebesar 1,991. Karena t hitung > t tabel dan p-value < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Juga hasil uji parsial (uji t), variabel kualitas pelayanan (X_2) memiliki nilai t hitung sebesar 3,052 dengan tingkat signifikansi 0,003. sedangkan t tabel sebesar 1,991. Karena t hitung > t tabel dan p-value < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Selain itu, hasil uji F menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan dalam menjelaskan kepuasan konsumen, dengan F hitung sebesar 227,035 dan p-value sebesar 0,000. Dengan demikian, baik secara parsial maupun simultan, variabel kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian ditemukan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumennya. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk dapat menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan konsumen di tempat tersebut.

Fakta dilapangan Konsumen membeli tidak hanya sekedar kumpulan atribut fisik, tetapi pada dasarnya mereka membayar sesuatu untuk memuaskan keinginan. Dengan demikian, bagi suatu perusahaan yang bijaksana bahwa menjual manfaat (benefit) kualitas produk tidak hanya kualitas produk saja (manfaat intinya) tetapi harus merupakan suatu sistem, apabila seseorang membutuhkan kualitas produk, maka akan membayangkan lebih dulu manfaat kualitas produk, setelah itu baru mempertimbangkan faktor-faktor lain di luar manfaat kualitas produk. Faktor itulah yang membuat konsumen mengambil kepuasan konsumen atau tidak.

Menurut penelitian oleh Yadav dan Soni (2020), kualitas dapat dipandang sebagai kemampuan suatu produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, baik dalam hal fungsionalitas, keandalan, dan kemudahan penggunaan, maupun dalam aspek perbaikan dan perawatan.

Mereka juga mengemukakan bahwa kualitas produk tidak hanya ditentukan oleh karakteristik fisiknya, tetapi juga oleh pengalaman yang ditawarkan kepada konsumen, termasuk bagaimana produk tersebut dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam penggunaan sehari-hari. Lebih lanjut, kualitas dapat dinilai dari dua perspektif: internal, yang mencakup standar dan proses yang diterapkan perusahaan dalam pembuatan produk, serta eksternal, yang melihat bagaimana produk tersebut diterima dan dipersepsikan oleh pelanggan di pasar.

Hal ini sesuai dengan pandangan Gupta dan Chawla (2021), bahwa kualitas produk dan layanan tidak hanya terkait dengan karakteristik teknisnya, tetapi juga dengan kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan preferensi pasar yang terus berkembang.

Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen di Warkop Atlantis Kupi di Aceh Utara. Selain itu,

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur *marketing mix*, sesuai dengan sifat *marketing mix*, kualitas pelayanan adalah variabel yang dapat dikendalikan oleh perusahaan. Selain itu kualitas pelayanan juga menentukan diterima atau tidaknya kualitas produk oleh konsumen.

Pebisnis atau perusahaan perlu memantau kualitas pelayanan yang ditetapkan oleh pesaing agar kualitas pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya, agar kemudian kualitas pelayanan yang ditawarkan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil ini didukung penelitian Sulistowati et al., (2025), dalam penelitiannya ditemukan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen *Botania Coffee & Eatery*. Implikasi praktis dari hasil ini menunjukkan bahwa manajemen sebaiknya memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan melalui pelatihan staf dan evaluasi rutin terhadap pengalaman pelanggan, serta tetap menjaga kualitas produk agar tetap kompetitif.

Parasuraman et al. (2018), yang menekankan pentingnya *responsiveness*, *reliability*, dan *assurance* sebagai dimensi utama dalam membentuk persepsi kualitas layanan yang unggul.

Pelayanan yang berkualitas dalam bisnis ritel harus diselaraskan dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan agar proses pelayanan berjalan efektif dan efisien. Penelitian oleh Lestari dan Arifin (2019), kualitas pelayanan yang konsisten dengan SOP akan berdampak positif terhadap persepsi pelanggan dan menciptakan pengalaman layanan yang lebih memuaskan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Warkop Atlantis Kupi di Simpang Mulieng Kecamatan Syamtalira Aron Aceh Utara dapat

disimpulkan bahwa:

- 1) Variabel kualitas produk (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 6,046 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 dan diketahui t_{tabel} sebesar 1,991. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya pengaruh kualitas produk signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warkop Atlantis Kupi di Aceh Utara.
- 2) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,052 tingkat signifikan sebesar 0,03 dan diketahui t_{tabel} sebesar 1,991. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Warkop Atlantis Kupi di Aceh Utara.

Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh di atas, dapat disarankan manajer Warkop Atlantis kupi untuk terus menjaga kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat terus memberikan kepuasan kepada konsumen untuk keberlangsungan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda Siska Sulistiowati, Salma Rahamawati, Muhammad Ilyas, Rudi Mahendra, Marjam Desma Rahadhini (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Botania *Coffee & Eatery*, *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan* 4(2), 68-76 DOI: <https://doi.org/10.55606/jimak.v4i2.4600>
- Cadotte, E.R., R.B. Woodruff and R.L. Jenkins, (2013), "Expectation and Norms in Models of Consumer Satisfaction", *Journal of Marketing Research*, Vol. XXIV
- Destri Aulia Wulandari, Nazala Zaikumar Elfa Rizqi, Netti Mahdalena Siregar (2024). Dampak modernitas Budaya Ngopi Terhadap Pembangunan Ekonomi Lokal di Jember, *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan* 2(4), 234-243 DOI: <https://doi.org/10.62383/risoma.v2i4.157>
- Fiani, A., & Japariato, E. (2012). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(2), 85-97.

- Gupta, M., & Chawla, D. (2021). *The Role of Product Quality in Consumer Purchase*
- Lestari, D., & Arifin, Z. (2019). The Effect of Service Standardization on Customer Satisfaction in the Retail Sector. *Journal of Service Management*, 12(2), 115–128. <https://doi.org/10.1108/JSM-2019-0456>
- Liany, A. P., Hasanah, D. R., Ramadan, J., Khaira, I., & Siregar, Z. (2024). Hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Mie Gacoan di Medan Pancing, *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4), 951-956. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/572>
- Paputungan, T., Tamengkel, L. F., & Punuindong, A. Y. (2022). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Kotamobagu. *Productivity*, 3(2), 181–186.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: Free Press.
- Putri, A. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Unit Usaha Retail Kobantitar Mart. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 8(2), 584-593.
- Riyanto, K., & Satinah, S. (2023). Pengaruh penetapan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 1(01), 30–37. <https://doi.org/10.59422/lmp.v1i01.73>
- Solikatur, S., Kartono, D. T., & Demartoto, A. (2015). Perilaku konsumsi kopi sebagai budaya masyarakat konsumsi (studi fenomenologi pada peminum kopi di kedai kopi kota Semarang). *Jurnal Analisa Sosiologi*, 4(1).
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi. Offset, Yogyakarta.
- Yadav, M., & Soni, S. (2020). Exploring the Dimensions of Service Quality in Retail: Customer Perceptions and Expectations. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102-113. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102113>