

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
KOPI STARBUCKS DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : SHERLYNE GRACEA NATALIE

NIM : 115210118

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
KOPI STARBUCKS DI JAKARTA**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : SHERLYNE GRACEA NATALIE

NIM : 115210118

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT



FR.FE-4.7-RO

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama mahasiswa : Sherlyne Gracea Natalie
NPM (Nomor Pokok Mahasiswa) : 115210118
Program Studi : SI Manajemen



Dengan ini saya menyatakan, apabila dalam pembuatan skripsi ternyata saya:

1. Melakukan plagiat/menyontek;
2. Mengutip tanpa menyebut sumbernya;
3. Menggunakan data fiktif atau memanipulasi data;
4. Melakukan riset perusahaan fiktif (hal ini Jurusan Akuntansi/Manajemen dapat konfirmasi langsung ke perusahaan terkait sesuai dengan surat risetnya).

Saya bersedia dikenakan sanksi berupa pembatalan skripsi dan diskors maksimal 2 (dua) semester. Kemudian apabila hal di atas terbukti setelah lulus ujian skripsi/komprehensif saya bersedia dinyatakan batal skripsi dan kelulusannya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 16 November 2024



Catatan:

1. Asli dikembalikan ke jurusan Akuntansi/Manajemen dan difotocopy untuk mahasiswa yang bersangkutan.
2. Harap disertakan pada skripsi sebelum maupun setelah lulus ujian dan revisi.

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Sherlyne Gracea Natalie
NIM : 115210118
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Pemasaran
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN KOPI
STARBUCKS DI JAKARTA

Jakarta,
Pembimbing,



(Prof., Ir. Carunia Mulya Firdausy M.ADE., P.hD.)

HALAMAN PENGESAHAN

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Sherlyne Gracea Natalie
NIM : 115210118
PROGRAM / JURUSAN : S1 / MANAJEMEN
KONSENTRASI : Pemasaran
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN KOPI
STARBUCKS DI JAKARTA

Telah diuji pada Ujian Skripsi dan Komprehensif tanggal 18 Desember 2024 dan dinyatakan lulus, dengan tim penguji yang terdiri atas:

1. Ketua Penguji : Dr. Ir. Agus Zainul Arifin, M.M.
2. Anggota Penguji : Dr. Cokki, S.E., M.M.

Jakarta,
Pembimbing,



(Prof., Ir. Carunia Mulya Firdausy M.ADE., P.hD.)

ABSTRACT

(A) SHERLYNE GRACEA NATALIE (115210118)

(B) *THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY ON
STARBUCKS COFFEE CUSTOMER SATISFACTION IN JAKARTA*

(C) LKK

(D) *MARKETING MANAGEMENT*

(E) *Abstract: This study aims to analyze the effect of product quality and service quality on Starbucks coffee customer satisfaction in Jakarta. The data source comes from 130 respondents who are Starbucks coffee customers in Jakarta. The data collection instrument used a questionnaire administered via google form. The sampling method used is non-probability sampling method with purposive sampling technique. The data were analyzed using the PLS-SEM statistical method with the SmartPLS 4.0 application. The results of this study indicate that product quality has a positive effect on customer satisfaction while service quality has a negative effect on customer satisfaction. Therefore, Starbucks needs to improve the quality of the services they have in order to provide more satisfaction to their customers.*

(F) *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction*

(G) *References*

(H) Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, MADE, Ph.D

ABSTRAK

(A) SHERLYNE GRACEA NATALIE (115210118)

(B) PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN KOPI STARBUCKS DI
JAKARTA

(C) LKK

(D) MANAJEMEN PEMASARAN

(E) Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dalam kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks di Jakarta. Sumber data berasal dari 130 responden pelanggan kopi Starbucks di Jakarta. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diberikan melalui *google form*. Metode sampling yang digunakan yakni metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan metode statistik PLS- SEM dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Starbucks perlu meningkatkan kualitas dari pelayanan yang mereka punya agar dapat memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggannya.

(F) Kualitas produk, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan

(G) Referensi

(H) Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, MADE, Ph.D

HALAMAN MOTTO

“Just go with the flow, you’ll get to your destination safely in good time.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa Syukur atas selesainya skripsi ini, peneliti persembahkan

kepada:

Orang tua, dan seluruh keluarga yang terkasih

Dosen pembimbing yang terhormat

KATA PENGANTAR

Segala puji Syukur penulis hanturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan kuasanya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Starbucks Di Jakarta” sebagai syarat untuk meraih gelar sarjana di bidang manajemen bisnis dengan konsentrasi pemasaran.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Ir. Carunia Mulya Firdausy, M.ADE., Ph.D., sebagai dosen pembimbing skripsi, atas bimbingan, dukungan, dan masukan yang sangat berharga selama proses penulisan skripsi ini. Tanpa bimbingan dan motivasi beliau, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Frangky Selamat, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Seluruh dosen, staf pengajar, staf administrasi, dan staf perpustakaan yang telah mendidik, memberikan banyak ilmu serta pengetahuan, dan memberikan layanan terbaik selama perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Kepada Orang tua saya, yang telah memberikan dukungan serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
6. Sahabat saya Angelica David Liong, Charista, Caroline Salim, Rahmanda, dan Julius Juan Antonio yang selalu mendukung, menemani, menghibur ketika sedih dan menjadi teman terbaik, pemberi motivasi, dan memberikan semangat dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang selalu mendoakan dan memberikan semangat selama perkuliahan. Teman – teman

yang selalu mendukung, menemani, menghibur ketika sedih dan menjadi pemberi motivasi dan memberikan semangat dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Seluruh pihak yang sudah ikut membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini namun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki berbagai kekurangan, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat dihargai. Penulis berharap penelitian ini dapat berkontribusi positif bagi perkembangan ilmu dan praktik di bidang manajemen bisnis, khususnya untuk sektor kuliner dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Akhir kata, semoga penelitian ini memberikan manfaat dan wawasan baru bagi sektor kuliner serta para akademisi yang tertarik dengan topik ini.

Jakarta, 25 November 2024



Sherlyne Gracea Natalie

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	1
HALAMAN PENGESAHAN	3
ABSTRACT.....	4
ABSTRAK.....	5
HALAMAN MOTTO	6
HALAMAN PERSEMBAHAN	7
KATA PENGANTAR	8
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR TABEL	13
PENDAHULUAN	15
A. Permasalahan	15
1. Latar Belakang.....	15
2. Identifikasi Masalah.....	17
3. Batasan Masalah	17
4. Rumusan Masalah.....	17
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian	18
1. Tujuan	18
2. Manfaat Penelitian	18
LANDASAN TEORI.....	19
A. Gambaran Umum Teori	19
B. Definisi Konseptual Variabel	19
C. Kaitan Antar Variabel.....	21

D. Penelitian Terdahulu	22
E. Kerangka Penelitian dan Hipotesis	31
METODE PENELITIAN.....	32
A. Desain Penelitian	32
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, Dan Ukuran Sampel	32
C. Operasional Variabel dan Instrumen.....	33
D. Langkah Metode Analisis Data.....	37
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
A. Deskripsi Subjek Penelitian	39
B. Deskripsi Objek Penelitian	41
C. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas	45
D. Hasil Analisis Data.....	49
E. Hasil Uji Hipotesis.....	50
F. PEMBAHASAN.....	52
PENUTUP	54
A. KESIMPULAN.....	54
B. KETERBATASAN DAN SARAN	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	60
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Gerai Starbucks Terbanyak.....	15
Gambar 2.1 Kaitan Antar Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan	21
Gambar 2.2 Kaitan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan.....	22
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian	31

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Literatur Review.....	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	33
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Kualitas Pelayanan.....	34
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan.....	35
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 3 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	41
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	43
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan.....	44
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Outer Loading	45
Tabel 4. 7 Hasil Analisis AVE	46
Tabel 4. 8 Hasil Analisis HTMT	46
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Fornell-Larcker	47
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Cross Loading	48
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Cronbach's Alpha	49
Tabel 4. 12 Hasil Olah Data Composite Reliability	49
Tabel 4. 13 Hasil Olah Data Multikolinearitas.....	49
Tabel 4. 14 Hasil Olah Data R-square.....	50
Tabel 4. 15 Hasil Uji Hipotesis Pertama	51
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis Kedua.....	51
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisioner Penelitian	60
Lampiran 2: Screening Question 1.....	63
Lampiran 3: Screening Question 2	64
Lampiran 4: Screening Question 3.....	64
Lampiran 5: Screening Question 4	64
Lampiran 6: Responden berdasarkan jenis kelamin.....	65
Lampiran 7: Responden berdasarkan usia.....	65
Lampiran 8: Responden berdasarkan domisili	65
Lampiran 9: Jawaban responden kualitas produk	66
Lampiran 10: Jawaban responden kualitas pelayanan	69
Lampiran 11: Jawaban responden kepuasan pelanggan.....	72
Lampiran 12: Hasil Analisis Loading Factor	75
Lampiran 13: Hasil analisis Outer Loading	76
Lampiran 14: Hasil analisis Cronbach Alpha, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted (AVE)	76
Lampiran 15: Hasil analisis Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	76
Lampiran 16: Hasil analisis Fornell-Larcker	76

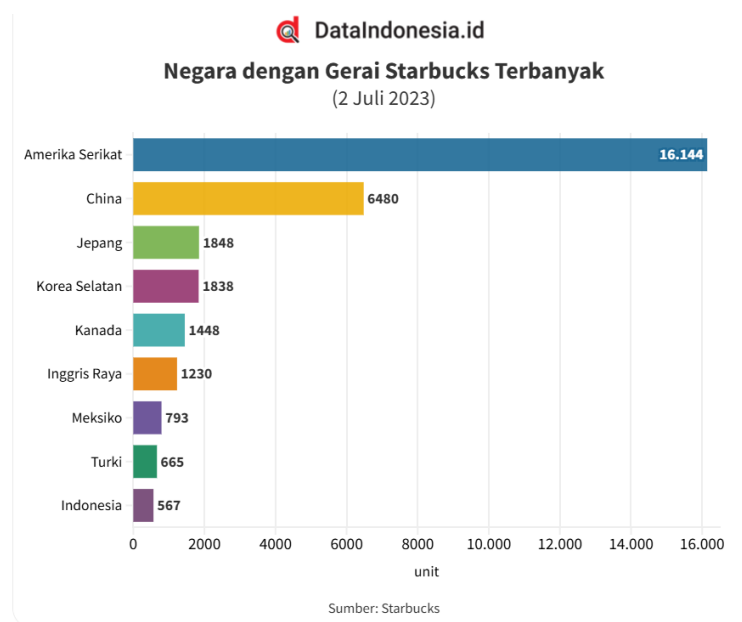
BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang

Coffee shop di Indonesia berkembang sangat pesat belakangan ini, Hal ini didukung dengan besarnya minat dari masyarakat Indonesia (Novita & Burda, 2020). Salah satu *coffee shop* (kedai kopi) yang perusahaan kopinya besar adalah Starbucks (Tyasti Zahra Hafidz, 2022). Starbucks sendiri merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *food & beverage* yang berasal dari Amerika Serikat yang sudah memiliki banyak cabangnya di berbagai Negara. Hal ini menjadikan Starbucks sebagai perusahaan minuman kopi terbesar di dunia. Pada awalnya Starbucks membuka gerai pertamanya di plaza Indonesia pada 17 mei 2002, Hingga pada 2 juli 2023, telah tersebar 37.222 gerai yang tersebar di 85 negara (Pratiwi, 2023). Lihat Gambar 1.1 berikut



Gambar 1.1 Data Gerai Starbucks Terbanyak

Meskipun Starbucks memiliki *rate* harga yang bisa dikatakan tinggi dibandingkan dengan kedai kopi lainnya, namun tidak membuat pelanggan nya berpaling ke yang lain (Tyasti Zahra Hafidz, 2020). Selain itu, Starbucks juga memiliki citra yang baik di mata masyarakat karena mahir dalam mewujudkan keinginan pelanggannya sehingga rasa puas dan nyaman ada pada pelanggan. (Nurul & Burda, 2020). Namun, Starbucks tercatat pernah mendapatkan citra yang buruk akibat pegawainya yang membuat pelanggan merasa tidak nyaman (Detikfood, 2020). Beberapa studi telah melakukan penelitian terkait faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, (Widiarta & Mayasari, 2023), misalnya, menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal yang sama juga diungkapkan oleh (Ramadhan et al, 2023), bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian, (Tussifah & Navitsha, 2021) juga mengatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal yang sama juga sejalan dengan terbuktinya pengaruh positif antara kualitas produk dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan (Paskalis Dakhi, 2023).

Sebaliknya, penelitian lain sebelumnya menemukan bahwa, kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Dani et al, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan melengkapi penelitian sebelumnya. Lebih tegasnya, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Unit analisisnya yakni pelanggan kopi Starbucks di Jakarta.

2. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang dihadapi kopi Starbucks dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- A. Kepuasan pelanggan kopi Starbucks pernah dinilai buruk
- B. Terdapat banyak pesaing antar merek perkopian yang mendorong Starbucks untuk dapat menjaga kualitas dari produk yang dimiliki.
- C. Harga kopi Starbucks relatif mahal dibandingkan dengan merek kopi lainnya.
- D. Konsumen kopi Starbucks relatif merupakan konsumen menengah ke atas.
- E. Kualitas produk Starbucks belum tentu dapat memenuhi ekspektasi pelanggan karena setiap orang memiliki selera yang berbeda beda.

3. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian ini tidak saja pada variabel yang diteliti yang meliputi variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independent dan variabel kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Selain itu sampel dari penelitian ini terbatas pada pelanggan kopi Starbucks di Jakarta.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- A. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks di Jakarta?
- B. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks di Jakarta?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah:

- A. Untuk mengetahui apakah kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks di Jakarta.
- B. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan kopi Starbucks di Jakarta.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari pelaksanaan penelitian ini terdiri dari dua aspek, yang diuraikan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pengetahuan terkait pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan perspektif mahasiswa pemasaran terkait kepuasan pelanggan.

2) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada kedai kopi lain dalam meningkatkan kepuasan kepada pelanggannya.

DAFTAR PUSTAKA

- , D. (2018). Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 16(1), 312–318. <https://doi.org/10.51826/fokus.v16i1.136>
- Amrihani, H. A., & Ritonga, R. (2021). Nikmat Kopi dan Budaya Konsumerisme dalam Status Sosial Masyarakat Kota. *Warta ISKI*, 4(2), 89–98. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.133>
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134–158. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>
- Azis, A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Insight Management Journal*, 1(1), 21–25. <https://doi.org/10.47065/imj.v1i1.13>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Dakhi, P. (2023). *Machine Translated by Google PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ALFAMIDI DIPONEGORO TELUK DALAM-* *Machine Translated by Google*. 12(01), 956–964.
- Fahmi, S. (2023). Pengaruh Nilai, Manfaat Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Untuk Beralih (Studi Pada Pengguna Uang Elektronik di Jawa Timur). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 6(4), 544–558. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v6i4.309>
- Febriana Sulistya Pratiwi. (n.d.). Daftar Negara dengan Gerai Starbucks Terbanyak di Dunia, Ada RI. In <https://dataindonesia.id/varia/detail/daftar-negara-dengan-gerai-starbucks-terbanyak-di-dunia-ada-ri> (2023rd ed.). 19 September 2023. <https://dataindonesia.id/varia/detail/daftar-negara-dengan-gerai-starbucks-terbanyak-di-dunia-ada-ri>
- Febryanti, A. A., Hadi, S. P., & Listyorini, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Konsumen Dak Nalgae Tembalang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 30–39.
- Guo, X., Ling, K. C., & Liu, M. (2012). Evaluating factors influencing consumer satisfaction towards online shopping in China. *Asian Social Science*, 8(13), 40–49. <https://doi.org/10.5539/ass.v8n13p40>

- Hafidz, T. Z. (2022). Strategi Public Relations Starbucks Dalam Mempertahankan Loyalitas Customer. *Researchgate.Net*, June, 0–9.
https://www.researchgate.net/profile/Tyasti-Zahra-Hafidz/publication/361308018_Strategi_Public_Relations_Starbucks_Dalam_Mempertahankan_Loyalitas_Customer/links/62a9cfdbc660ab61f87f0e6b/Strategi-Public-Relations-Starbucks-Dalam-Mempertahankan-Loyalitas-Cu
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Evaluation of Formative Measurement Models*.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7_5
- Hair J, R, A., Babin B, & Black W. (2014). Multivariate Data Analysis.pdf. In *Australia : Cengage: Vol. 7 edition* (p. 758).
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Indonesia, S. (n.d.). Tentang Starbucks Indonesia. In
<https://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>.
<https://www.starbucks.co.id/about-us/our-heritage/starbucks-in-indonesia>
- Jonathan, M. N., Firdausy, C. M., & Andrew, R. (2024). *KEPUASAN PELANGGAN TAMAN IMPIAN JAYA ANCOL Latar belakang Taman Impian Jaya Ancol , terletak di Jakarta , tidak hanya dikenal sebagai pusat rekreasi dengan kematian pengunjung karena penganiayaan oleh petugas Ancol (Kompas . com , 2023a). Lebih dan kual. 06(04), 1001–1009.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing*. Pearson Education.
- Lionitan, W., & Firdausy, C. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Word of Mouth dan Customer Satisfaction terhadap Purchase Intention Pelanggan Mixue di Cibubur. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(3), 805–813.
<https://doi.org/10.24912/jmk.v5i3.25450>
- Manggala, H., & Adirinekso, G. P. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 19(1), 39–53.
<https://doi.org/10.21831/jim.v19i1.49600>
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 6(1), 50–51. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v6i1.2654>
- Mccoll-Kennedy, J., & Schneider, U. (2000). Measuring customer satisfaction: Why, what and how. *Total Quality Management*, 11(7), 883–896.
<https://doi.org/10.1080/09544120050135434>

- Milner, R., & Furnham, A. (2017). Measuring Customer Feedback, Response and Satisfaction. *Psychology*, 08(03), 350–362.
<https://doi.org/10.4236/psych.2017.83021>
- Nurul Novita, B. A. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STARBUCKS GRAND INDONESIA JAKARTA PUSAT* Ist. 22.
- Permenpan 14. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Keberlanjutan Penggunaan pada Pengguna Aplikasi kesehatan. *Experimental Cell Research*, 94(2), 459–464.
- 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*, 15(1), 1267–1283.
<https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rahmadani, Suardana, & S. 2019. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Aroma Malaja. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(2), 2549–2284.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Samosir, J., Purba, O., Ricardianto, P., Triani, D., Adi, E. N., Wibisono, E., Rusmiyati, C., Udiati, T., Listyawati, A., & Endri, E. (2024). The role of service quality, facilities, and prices on customer satisfaction in Indonesia aviation in the COVID-19 pandemic. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(1), 91–100. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.10.015>
- Sastra, A., & Baihaqi, I. (2021). The effect of relational benefits, service quality, and product quality on customer satisfaction and loyalty. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2162–2172. <https://doi.org/10.46254/sa02.20210692>
- Susanti, N., & Jasmani, J. (2020). The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Mitra 10 in Depok. *Jurnal Office*, 5(2), 75. <https://doi.org/10.26858/jo.v5i2.13379>
- Syaifudin, A., & Suriyok, K. (2022). Enrichment: Journal of Management The effect experiential marketing, store atmosphere, product and service on satisfaction. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5).
- Tussifah, H., & Navitsha, N. P. (2021). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Roya Cafe Mantingan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(1), 69–86.
- Vinda, L. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Starbucks Semarang). *Universitas Diponegoro*, 1–13.

- Vonk Noordegraaf, C., & Welles, G. W. H. (2023). Product quality. *Greenhouse Climate Control: An Integrated Approach*, 4(1), 92–97. <https://doi.org/10.4324/9780080914947-10>
- Wibisono, A., & , S. (2016). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *PERFORMANCE “ Jurnal Bisnis & Akuntansi,”* 6(2), 32. <https://doi.org/10.24929/feb.v6i2.268>
- Wicaksono, D. A., Laksanawati, T. A., & Ningsih, D. B. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bakso Pak Miad Kecamatan Taman Kabupaten Pematang. *Value*, 2(2), 91–100. <https://doi.org/10.36490/value.v2i2.220>
- Widiarta, I. K., & Mayasari, N. M. D. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Zodiac Coffee & Co Cabang Karangasem. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 585–592. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.59132>