



Analisis Kepuasan Konsumen Berbasis Metode Importance Performance Analysis (IPA) pada Kafe Kopi XYZ

Arif Luqman Ibrahim^{1*}, Evi Tri Anjani², Putri Agustina³, Siti Syarah Fatiqiyah⁴

¹⁻⁴ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Djuanda, Indonesia

Email: luqmanibrahim589@gmail.com¹, evii.trianjani@gmail.com²,

putriagstna983@gmail.com³, qiqisyarah@gmail.com⁴

Abstract. *Customer satisfaction is a key factor in business success and sustainability, especially in the competitive café industry such as in Bogor: Xyz Coffee Cafe, with its unique nature concept and guaranteed coffee product quality, strives to understand and meet consumer expectations in order to maintain its position in the market. The aim of this study is to analyse consumer satisfaction at Xyz Coffee Cafe using the Importance-Performance Analysis (IPA) method. This study uses a qualitative descriptive approach with quantitative analysis. Data was collected through questionnaires to 54 respondents who had visited Xyz B Coffee Cafe. The results of the analysis show that the cafe has a good performance in maintaining consumer interests in most attributes, with strategic recommendations to improve certain aspects to maintain and increase customer satisfaction.*

Keywords: *Customer Satisfaction, Store Atmosphere, Importance Performance Analysis (IPA)*

Abstrak. Kepuasan konsumen merupakan faktor kunci dalam keberhasilan dan keberlanjutan bisnis, terutama di industri kafe yang kompetitif seperti di Bogor. Kafe Kopi Xyz, dengan konsep alam yang unik dan kualitas produk kopi yang terjamin, berusaha untuk memahami dan memenuhi harapan konsumen guna mempertahankan posisinya di pasar bertujuan untuk menganalisis kepuasan konsumen di Kafe Kopi Xyz menggunakan metode Importance-Performance Analysis (IPA) Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 54 responden yang telah mengunjungi Kafe Kopi Xyz B. Hasil analisis menunjukkan bahwa kafe memiliki kinerja yang baik dalam menjaga kepentingan konsumen pada sebagian besar atribut, dengan rekomendasi strategis untuk meningkatkan aspek-aspek tertentu guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kepuasan Konsumen, Sthore Atmosphere, Importance Performance Analysis (IPA)*

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan elemen kunci dalam keberhasilan dan keberlanjutan suatu bisnis, terutama di industri seperti kafe. Kepuasan konsumen tidak hanya berpengaruh pada loyalitas pelanggan, tetapi juga pada citra dan reputasi kafe.

Pentingnya kepuasan konsumen menjadi alasan utama bagi banyak bisnis untuk terus berupaya memahami dan memenuhi harapan konsumen mereka. Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan keberlangsungan suatu perusahaan. Menurut Tjiptono (2016:146) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan atantar persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan – harapannya. Seiring dengan pertumbuhan jumlah kafe yang pesat, terutama di daerah perkotaan seperti Bogor, persaingan antar kafe semakin ketat. Kafe Kopi Xyz, yang dikenal dengan suasana alam yang asri dan kopi berkualitas, harus mampu

memahami dan memenuhi kebutuhan serta harapan konsumennya agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ada.

Kafe Kopi Xyz merupakan kafe yang telah beroperasi pada tahun 2019 dan didirikan oleh seorang pengusaha sukses bernama Alex Benyamin, Kafe kopi Xyz memiliki konsep yang unik yang jarang sekali ditemui di kota-kota besar salah satunya kota Bogor. Lokasi kafe ini berada di Jalan Caringin, Cileungsi Kampung Cipare Desa Pancawati, Caringin Jawa Barat. Kopi Xyz ini tentunya tidak hanya menyuguhkan kopi dan pemandangan indah saja, kafe ini juga memiliki wahana sederhana yang bisa dinikmati pelanggannya, seperti, sepeda udara, karpet terbang, menunggang kuda, spot foto istana mini dan berbagai tempat indah di sekitar cafe xyz. Meskipun memiliki reputasi yang baik dalam hal suasana dan variasi produk kopi, tingkat kepuasan konsumen adalah faktor kunci yang perlu diperhatikan oleh manajemen kafe ini. Kepuasan konsumen tidak hanya mencakup kualitas kopi dan suasana, tetapi juga aspek pelayanan, kecepatan layanan, harga, dan pengalaman secara keseluruhan yang dirasakan oleh pengunjung.

Dalam upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen, peneliti merekomendasikan Kafe Kopi xyz untuk mengevaluasi kinerja menggunakan metode Importance Performance Analysis. Metode ini digunakan untuk menganalisis atribut-atribut layanan berdasarkan dua dimensi kepentingan dan kinerja. IPA membantu mengidentifikasi area yang membutuhkan perhatian lebih dan alokasi sumber daya yang lebih efektif. Diagram IPA membagi atribut layanan ke dalam empat kuadran berdasarkan rata-rata kepentingan (Y) dan rata-rata kinerja (X) yang dinilai oleh konsumen.

Menurut Eriyanto (2021), analisis IPA (Interpretative Phenomenological Analysis) digunakan untuk memahami makna subjektif dari pengalaman individu atau kelompok dalam konteks tertentu. Metode ini tidak hanya menggambarkan apa yang dialami oleh individu, tetapi juga mencoba untuk memahami bagaimana pengalaman tersebut dipahami dan diterjemahkan oleh mereka. Teori ini relevan untuk diterapkan dalam konteks analisis kepuasan konsumen di Kafe Kopi Xyz karena dapat membantu dalam menggali makna dan persepsi konsumen terhadap berbagai aspek pengalaman mereka di kafe. Dengan menggunakan pendekatan ini, penelitian dapat lebih mendalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan merumuskan rekomendasi yang tepat untuk meningkatkan pengalaman pelanggan serta mempertahankan loyalitas mereka.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis kepuasan konsumen di Kafe Kopi Xyz dengan menggunakan metode IPA. Metode ini akan membantu mengidentifikasi atribut layanan yang memiliki tingkat kepentingan tinggi bagi konsumen dan

membandingkannya dengan kinerja aktual dari atribut tersebut. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam bagi manajemen Kafe Kopi xyz dalam upaya mereka untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen, serta memastikan keberlangsungan dan kesuksesan kafe dalam jangka panjang.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Bogor yaitu kafe kopi Xyz yang dilaksanakan pada tanggal 26 oktober 2023 dan 29 oktober 2023 dilaksanakan selama 2 kali berkunjung untuk penelitian ini. Penelitian ini menggunakan responden yang telah ditentukan kriterianya yaitu usia 17 tahun hingga lebih dari 55 tahun dan setidaknya sudah pernah mengkonsumsi kopi di salah satu kafe kopi Xyz sebanyak 1 kali. Penelitian ini menganalisis dampak store atmosfer terhadap kepuasan konsumen dan menganalisis strategi store atmosfer Kopi Xyz. Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan pendekatan studi kasus atau pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan ciri-ciri (keistimewaan) situasi. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menganalisis strategi *store atmosphere* menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) yang digunakan untuk mengetahui kinerja organisasi dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, metode pengumpulan data yang umum dilakukan adalah kuesioner. Kuesioner atau kuisioner merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menyajikan serangkaian pertanyaan yang telah dirancang untuk mengukur variabel-variabel penelitian (Pranata, Hartiati, & Sadyasmara, 2019). Penelitian ini akan menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik Purposive sampling.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel store atmosfer sebagaimana didefinisikan oleh Berman & Evans (2018) yang terdiri dari empat sub variabel: eksterior (X1), interior umum (X2), tata letak toko (X3), dan tampilan interior. (X4). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen (Y). Populasi yang di targetkan Penelitian ini adalah masyarakat Kota Bogor atau orang yang pernah berkunjung, mengetahui dan melakukan keputusan pembelian di Kopi Xyz. Sampel penelitian sebanyak 54 responden. Hal ingin diketahui dalam penelitian ini adalah mengetahui penerapan strategi yang dilakukan Kopi xyz Dengan memanfaatkan kajian *Importance Performance Analysis* (IPA) Rangkuti (2018), kepuasan konsumen dapat ditingkatkan melalui penilaian tingkat kepentingan dan kinerja. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan nilai bobot 1 sampai 5, selanjutnya

menentukan tingkat kesesuaian responden dengan rumus:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% \quad (1).$$

Penting untuk dicatat bahwa Tki mewakili tingkat kesesuaian responden, Xi sesuai dengan skor penilaian kinerja perusahaan, dan Yi mewakili skor penilaian kepentingan pelanggan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Konsumen

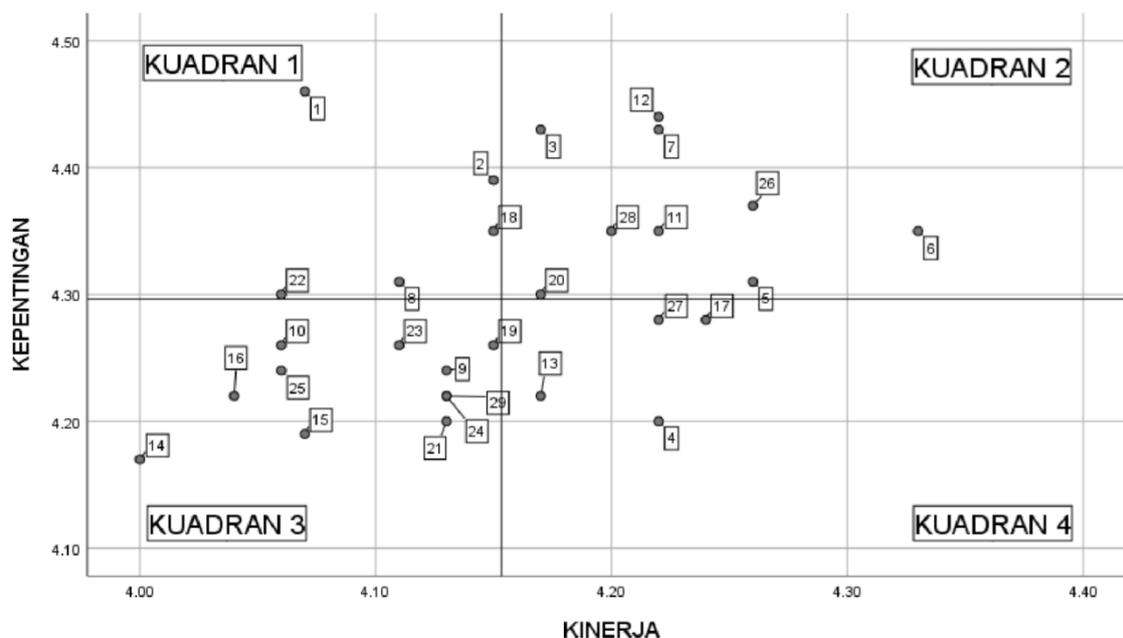
Tabel 1 Rekapitulasi karakteristik Konsumen Kopi xyz

No	Karakteristik	Ciri-Ciri Pelanggan	Pelanggan	Persentase (%)
1	Usia	17-25 Tahun	49	91
2	Pendidikan Terakhir	SMA	34	63
3	Profesi	Pelajar/Mahasiswa	34	63
4	Penghasilan/Bulan	<Rp. 2 Jt	35	65
5	Desain café yang di sukai	Desain Outdoor	26	48
6	Frekuensi berkunjung	1 Kali	34	63

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas konsumen Kopi xyz (1) berusia sekitar 17-25 tahun (91 persen); (2) pendidikan terakhirnya SMA (63 persen); (3) mereka masih berstatus pelajar/ mahasiswa (63 persen) ; (4) mereka dengan uang saku rata- rata sebesar <2.000.000 (65 persen) ; (5) desain yang di sukai adalah desain outdoor (48 persen) ; mereka berkunjung 1 kali (63 persen).

Importance Perfomance Analysis (IPA)

Untuk mengkaji penerapan store atmosfer pada penelitian ini digunakan metode Importance Performance Analysis (IPA). Hal ini melibatkan perhitungan total nilai kepentingan dan kinerja Kopi xyz dalam kaitannya dengan berbagai variabel suasana toko, termasuk eksterior, interior umum, tata letak toko, dan tampilan interior. Setelah dilakukan perhitungan diperoleh skor rata-rata sebesar 96,65%. Menurut Rangkuti (2018), apabila tingkat kesesuaian mendekati 100% dan diatas rata-rata maka menunjukkan tingkat kesesuaian yang baik. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa atribut store atmosfer yang disebutkan sebelumnya termasuk dalam kategori sangat baik. Nilai-nilai yang diperoleh tersebut kemudian diplot pada diagram Cartesian Importance Performance Analysis (IPA) seperti gambar di bawah ini:



Gambar 1 Diagram kartesius Store Atmosphere

Keterangan :

- P1 : Nama merek cafe ditampilkan dengan jelas.
- P2 : Papan nama cafe dirancang dengan indah.
- P3 : Pintu masuk eksisting mempunyai lebar yang cukup untuk lalu lintas.
- P4 : Bangunan ini terlihat megah dari kejauhan.
- P5 : Desain kafe terlihat menarik dari luar.
- P6 : Lingkungan sekitar kafe sangat nyaman.
- P7 : Tempat parkir yang ada cukup luas untuk menampung kendaraan konsumen.
- P8 : Cat tembok di cafe terlihat sangat bersih.
- P9 : Warna cat tembok cafe terlihat menarik.
- P10: Pencahayaan yang terdapat di dalam cafe telah lumayan cerah.
- P11: Aroma yang terdapat di dalam cafe terasa fresh.
- P12: Zona di dalam cafe bersih.
- P13: Bunyi/ musik yang terdapat pada cafe didengar teduh(tidak berisik).
- P14: Temperatur hawa di dalam cafe tidak terasa sangat panas ataupun sangat dingin.
- P15 : Jarak perabotan memberikan ruangan yang cukup.
- P16 : Produk yang ditawarkan bervariasi.
- P17 : Alokasi ruangan sesuai untuk menampung pelanggan yang datang.
- P18 : Sofa yang ada di ruang tunggu sudah cukup untuk menampung seluruh konsumen yang datang.
- P19: Jalan di masing- masing ruangan terasa lebar serta lumayan buat lalu Lalang.

- P20: Akses ke tiap ruangan gampang.
 P21: Dinding pembatas pada ruang telah lumayan membagikan pribadi.
 P22: Pengelompokan benda telah tertata cocok jenis.
 P23: Banner promosi yang terdapat telah lumayan membagikan informasi.
 P24: Riasan dinding yang terdapat nampak menarik.
 P25: Riasan dinding yang terdapat nampak indah.
 P26: Daftar menu produk yang terdapat telah membagikan data yang lumayan.
 P27: Daftar menu produk yang terdapat mempunyai desain yang menarik.
 P28: Tanda - tanda penanda yang terdapat telah nampak dengan jelas.
 P29: Display yang digunakan membangkitkan suasana.

Note :

Kuadran 1 : P1, P2, P8, P18, P22

Kuadran 2 : P3, P5, P6, P7, P11, P12, P20, P26, P28

Kuadran 3 : P9, P10, P14, P15, P16, P19, P21, P23, P24, P25, P29

Kuadran 4 : P4, P13, P17, P27

Tabel 2 Rekapitulasi Hasil Importance Performance Analysis

No	Kategori	Indikator
1	Kuadran 1	P1. Nama merek cafe ditampilkan dengan jelas
		P2. Papan nama cafe dirancang dengan indah
		P8. Cat tembok di cafe terlihat sangat bersih
2	Kuadran 2	P18. Sofa yang ada di ruang tunggu sudah cukup untuk menampung seluruh konsumen yang datang
		P22. Pengelompokan benda telah tertata cocok jenis
		P3. Pintu masuk eksisting mempunyai lebar yang cukup untuk lalu lintas
		P5. Desain kafe terlihat menarik dari luar
		P6. Lingkungan sekitar kafe sangat nyaman
3	Kuadran 3	P7. Tempat parkir yang ada cukup luas untuk menampung kendaraan konsumen
		P11. Aroma yang terdapat di dalam cafe terasa fresh
		P12. Zona di dalam cafe bersih
		P20. Akses ke tiap ruangan gampang
		P26. Daftar menu produk yang terdapat telah membagikan data yang lumayan
		P28. Tanda - tanda penanda yang terdapat telah nampak dengan jelas
		P9. Warna cat tembok cafe terlihat menarik
		P10. Pencahayaan yang terdapat di dalam cafe telah lumayan cerah
		P14. Temperatur hawa di dalam cafe tidak terasa sangat panas ataupun sangat dingin
		P15. Jarak perabotan memberikan ruangan yang cukup
3	Kuadran 3	P16. Produk yang ditawarkan bervariasi
		P19. Jalan di masing- masing ruangan terasa lebar serta lumayan buat lalu Lalang
		P21. Dinding pembatas pada ruang telah lumayan membagikan pribadi

		P23. Banner promosi yang terdapat telah lumayan membagikan informasi
		P24. Riasan dinding yang terdapat nampak menarik
		P25. Riasan dinding yang terdapat nampak indah
		P29. Display yang digunakan membangkitkan suasana
4	Kuadran 4	P4. Bangunan ini terlihat megah dari kejauhan
		P13. Bunyi/ musik yang terdapat pada cafe didengar teduh(tidak berisik)
		P17. Alokasi ruangan sesuai untuk menampung pelanggan yang datang
		P27. Daftar menu produk yang terdapat mempunyai desain yang menarik

Bersumber pada tabel 2 dengan 29 indikator yang dinilai oleh konsumen, ada 5 indikator yang tercantum ke dalam Kuadran A, 9 indikator yang tercantum ke dalam Kuadran B, 11 indikator yang termasuk ke dalam Kuadran C, dan kuadran terakhir yaitu Kuadran D yang didalam ada 4 indikator. Indikator – indikator yang termasuk ke dalam Kuadran A (Prioritas Utama) yang harus dicermati meningkatkan kinerja dan kepentingan rendah yang bisa menjadi pertimbangan pihak kedai dalam memenuhi kepuasan konsumen. Indikator pada Kuadran B dianggap sebagai mampu mempertahankan kinerja dan masukan dalam merencanakan strategi store atmosphere kedai. Sementara itu, pada Kuadran (C) (prioritas rendah), terdapat beberapa indikator yang dinilai mempunyai kepentingan yang relatif rendah, namun indikator-indikator tersebut tetap harus diperhatikan dan dipersiapkan ke depan, mengingat perilaku konsumen akan berdampak buruk pada perilaku konsumen. selalu berubah waktu. Selain itu, indikator-indikator pada kuadran (D) (kepuasan yang diperoleh masih rendah) dinilai kurang penting, atau masih mempengaruhi toko untuk memenuhi kepuasan konsumen, sehingga solusi yang diambil oleh toko adalah tetap berada di kuadran (D).) evaluasi) sehingga mencapai hasil dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Strategi Store Atmosphere Kopi xyz

Berdasarkan hasil perhitungan tingkat evaluasi dan tingkat minat konsumen, maka strategi yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut, Menurut Rangkuti (2018), strategi kuadran (A) merupakan strategi yang harus diterapkan oleh perusahaan. Mulai dari papan nama usaha harus terpampang jelas dan memiliki desain yang menarik, memudahkan agar konsumen mengetahui keberadaan Café Kopi xyz. Membersihkan dinding setiap hari atau paling lama 3 hari sekali, agar lebih terlihat nyaman di pandang bagi konsumen. Perbanyak lagi kursi yang ada di ruang tunggu, sehingga tidak ada konsumen yang menunggu dalam keadaan berdiri. Dan kelompokkanlah barang sesuai jenis, pihak manajemen harus rajin-rajin mengawasi agar barang ditempatkan sesuai dengan jenisnya sehingga konsumen tidak kebingungan.

Selain itu, menurut Rangkuti (2018), strategi kuadran (B) adalah pelaku usaha perlu mempertahankan atribut-atribut pada kuadran ini karena kinerja atribut-atribut tersebut baik dan unggul di mata konsumen. Oleh karena itu, toko harus mampu menjaga kinerjanya pada elemen exterior-nya dengan pintu masuk yang cukup lebar, memberikan lingkungan yang terasa nyaman, bersih dan aroma café terasa lebih segar, mempunyai desain café yang menarik, tempat parkir yang luas, dan memberikan segala informasi yang cukup. Menurut Rangkuti (2018), pada Kuadran (C) strategi masih memerlukan perhatian karena kinerjanya masih rendah dan suatu saat mungkin menjadi prioritas utama dan biasanya sumber kekecewaan pelanggan berasal dari kuadran ini. Jadi café harus mempersiapkan rencana untuk kedepannya seperti pencahayaan café yang terang, suhu udara yang nyaman, produk yang ditawarkan harus lebih bervariasi, dekorasi café yang lebih bagus, dan informasi – informasi mengenai café harus lebih update.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyoroti pentingnya store atmosphere dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Kafe Kopi xyz Bogor. Dari analisis IPA, atribut-atribut seperti papan nama usaha yang jelas, desain interior yang menarik, kebersihan, ketersediaan kursi, dan pengelompokan barang memainkan peran kunci dalam menciptakan pengalaman positif bagi pengunjung. Meskipun beberapa aspek masih memerlukan perhatian lebih, manajemen kafe telah berhasil memelihara dan meningkatkan kualitas layanan secara keseluruhan. Upaya untuk terus memantau dan menyesuaikan strategi store atmosphere merupakan langkah yang tepat untuk mempertahankan loyalitas konsumen dan memperluas basis pelanggan di masa depan. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah untuk fokus meningkatkan kualitas pada atribut yang masuk ke dalam Kuadran A dan B, yang memiliki tingkat kepentingan tinggi dan kinerja yang baik. Hal ini mencakup perbaikan papan nama yang lebih jelas dan menarik, pemeliharaan kebersihan dinding, penambahan kursi di ruang tunggu, serta pengelompokan barang yang lebih terstruktur. Selain itu, strategi mempertahankan kualitas pada atribut Kuadran B seperti akses yang mudah, lingkungan nyaman, dan aroma yang menyegarkan juga perlu diterapkan untuk mempertahankan kepuasan konsumen yang tinggi. Dengan demikian, Kafe Kopi xyz dapat lebih efektif memenuhi harapan dan kebutuhan konsumennya, serta mempertahankan posisi bersaing di pasar yang semakin ketat.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh anggota kelompok atas dedikasi dan kerja kerasnya dalam menghasilkan artikel ini. Kolaborasi yang luar biasa dan kerja tim yang solid dari masing-masing anggota sungguh luar biasa. Artikel ini tidak akan selesai dengan baik tanpa usaha bersama kita. Setiap kontribusi dan ide yang diberikan sangat berharga bagi kesuksesan proyek ini. Semoga artikel ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pembaca, tetapi juga menjadi bukti kebersamaan dan komitmen kita untuk mencapai tujuan bersama. Terima kasih sekali lagi atas segalanya

DAFTAR PUSTAKA

- Berman, B., & Evans, J. R. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach* (13th ed.). Pearson Education.
- Eriyanto. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif: Dasar-Dasar Teoritis dan Praktis*. Kencana.
- Gemina, D., Harini, S., & Sudarijati, S. (2019). Assessment of Entrepreneurial Marketing Performance in Small and Medium Food and Non-Food Industry in Indonesia using IPA Analysis. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(3), 530–544.
- Handayani, R. S., & Rachmawati, I. (2022). Pengaruh atmosfir toko terhadap minat beli ulang konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 13(2), 105–115.
- Ilham, S., Silaningsih, E., Kartini, T., & Gemina, D. (2024). Peningkatan Kepuasan Pelanggan Melalui Strategi Store Atmosphere. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 13(1), 186–200.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nasution, M. Z. (2019). Pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada kafe kopi di Jakarta Selatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 45–52.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Pranata, M. N., Hartiati, A., & Sadyasmara, C. A. B. (2019). Analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan di Voltvet Eatery and Coffee menggunakan metode Customer Satisfaction Index (CSI). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 7(2), 213–222.
- Rangkuti, F. (2018). *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur & Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Tantowi, A. I., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Store Atmosphere dan Experiential Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Kopi xyz Pancawati. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 65–78.
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi.
- Wahyuni, S., & Utami, N. (2021). Pengaruh Interior Café dan Citra Merek terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 33–48.