

Pengaruh Atribut *Coffee Shop* Terhadap Kepuasan Konsumen Di Tema *Coffee* Jakarta

The Effect Of Coffee Shop Attributes On Consumer Satisfaction In Tema *Coffee* Jakarta

Fajar Kartiko¹, Yulia Nur Hasanah²

¹Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, fajarkartiko@student.telkomuniversity.ac.id

²Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, yulianh@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Gaya hidup meminum kopi saat ini sedang menjadi tren di kalangan masyarakat khususnya generasi Y dan generasi Z. Hal ini yang mendorong tumbuhnya industri bisnis kedai kopi di Indonesia. Menurut Ario Fajar selaku *head* PT.Toffin Indonesia (2019) mengatakan bahwa di Indonesia jumlah kedai kopi telah mencapai 3000 *outlet* yang tersebar di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan dan Bandung. Hal ini salah satu didorong oleh *disposable income* individu Jakarta yang lebih tinggi dari daerah terutama untuk gaya hidup. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data responden diperoleh dengan menggunakan kuesioner *online* melalui googleform dengan jumlah responden 100 orang. Data yang diperoleh diolah menggunakan Ms. Excel dan SPSS Versi 20. Hasil dari penelitian ini yaitu Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta. Secara simultan Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh signifikan pada Kepuasan Konsumen dengan pengaruh simultan sebesar 25,8%. Setelah melakukan penelitian penulis berkesimpulan bahwa, Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen pada Tema *Coffee* terkategori sangat tinggi. Sehingga saran untuk praktisi dalam penelitian ini untuk kualitas produk melakukan inovasi menu dengan menyediakan menu khusus di bulan tertentu dan rutin melakukan pembaharuan dan pengembangan menu. Serta untuk Harg, menyesuaikan ulang harga dengan lingkungan pasar dan produk yang dijual agar harga yang dibayarkan konsumen sesuai dengan produk yang diterima.

Kata Kunci-*disposable income*, kualitas produk, harga, kepuasan konsumen.

Abstract

The lifestyle of drinking coffee is currently becoming a trend among people, especially generation Y and generation Z. This has encouraged the growth of the coffee shop business industry in Indonesia. According to Ario Fajar as the head of PT.Toffin Indonesia (2019), the number of coffee shops in Indonesia has reached 3000 outlets spread across big cities such as Jakarta, Surabaya, Medan and Bandung. This is partly driven by Jakarta's individual disposable income which is higher than the regions, especially for lifestyle. The sample selection in this study used the purposive sampling technique. Respondent data was obtained by using an online questionnaire via googleform with a total of 100 respondents. The data obtained were processed using Ms. Excel and SPSS Version 20. The results of this study, namely, Product Quality and Price have a significant effect on Consumer Satisfaction on the Jakarta Coffee Theme. Simultaneously Product Quality, and Price have a significant effect on Consumer Satisfaction with a simultaneous effect of 25,8%. After conducting research, the author concludes that Product Quality, Price, and Consumer Satisfaction on the Coffee Theme are categorized as very high. So that the suggestions for practitioners in this research are to product quality by innovating menus by providing special menus in certain months and regularly updating and developing menus. As well as for the price, readjusting the price to the market environment and the products so that the price paid by consumers is in

accordance with the product received.

Keywords-disposable income, product quality, price, consumer satisfaction

I. PENDAHULUAN

Gaya hidup meminum kopi saat ini sedang menjadi tren di kalangan masyarakat khususnya generasi Y dan generasi Z. Hal ini yang mendorong tumbuhnya industri bisnis kedai kopi di Indonesia.

Menurut Syafrudin selaku *Chairman Specialty Coffee Association of Indonesia* (SCAI) pertumbuhan kedai kopi di prediksi mencapai 15%-20% hingga akhir 2019 dibandingkan pada 2018 yang hanya mencapai 8%-10%. Selain itu, berdasarkan Data *International Coffee Organization* (ICO) (2019) pada gambar 1.3 menunjukkan bahwa konsumsi kopi Indonesia selalu mengalami kenaikan dari tahun ke tahun. Tentunya hal ini memberikan dampak positif terhadap kontribusi penyerapan produksi kopi dalam negeri yang di prediksi akan mencapai 25%-30% (www.swa.co.id).



Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Indonesia
 Sumber: www.swa.co.id

Selain itu, menurut Ario Fajar selaku *head* PT.Toffin Indonesia (2019) mengatakan bahwa di Indonesia jumlah kedai kopi telah mencapai 3000 *outlet* yang tersebar di kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Medan dan Bandung (*sumber:www.beritasatu.com*). Namun demikian, tidak dapat dipungkiri Jakarta mengalami pertumbuhan tertinggi dalam penambahan jumlah gerai kopi. Hal ini salah satu didorong oleh *disposable income* individu Jakarta yang lebih tinggi dari daerah terutama untuk gaya hidup. Gerai kopi di Jakarta dapat digolongkan menjadi beberapa tipe, diantaranya kedai kopi di mana konsumen dapat makan di tempat atau kedai kopi yang lebih menyajikan kopi untuk dibawa. Selain itu kedai kopi dapat dibagi berdasarkan jumlah cabang yaitu kedai kopi yang telah memiliki banyak cabang atau kedai kopi independen. Kedai kopi juga dapat dibagi berdasarkan segmen pelanggannya yaitu kedai kopi yang menengah atas dan kedai kopi yang ekonomis Cakranegara (2020).

Tema Coffee sendiri tergolong kedalam kedai kopi independen yang ekonomis dan menyediakan tempat bagi konsumen untuk menikmati minumannya di tempat. Sebagai kedai kopi yang masih terbilang muda, Tema Coffee perlu melakukan pemasaran dan mengenalkan produknya untuk menarik konsumen. Ditambah lagi persaingan antara pelaku bisnis kedai kopi di Jakarta yang sangat tinggi membuat Tema Coffee perlu melakukan strategi untuk mempertahankan konsumen dan cakupan pasar yang merupakan faktor penentu bagi eksistensi bisnisnya. Mengingat pertumbuhan kedai kopi yang menjamur di berbagai daerah di Jakarta termasuk daerah Pasar Minggu sehingga, banyak pula kedai kopi yang bermunculan dan menjadikannya sebagai pesaing Tema Coffee. Jika dilihat berdasarkan lokasi terdekat dan bidang bisnis yang sama, pesaing Tema Coffee saat ini diantaranya adalah Ruang Setara, Mooja, Himura Coffee, Eren Coffee, dan Lamoenan Cafe. Para pesaing tersebut memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing dan hal tersebut mampu berdampak terhadap

eksistensi Tema Coffee sehingga, untuk memenangkan persaingan yang semakin kompetitif tersebut, Tema Coffee dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas faktor- faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumennya.

Berdasarkan acuan jurnal dan penelitian terdahulu, faktor-faktor tersebut diantaranya adalah Kualitas Produk dan Harga. Tanpa adanya konsumen maka setiap perusahaan khususnya bisnis rumah makan, restoran maupun *cafe* akan kehilangan pendapatannya yang berakhir dengan bangkrutnya suatu bisnis tersebut. Untuk mengantisipasi dan mengatasi penurunan penjualan Tema Coffee, maka alangkah baiknya Tema Coffee memperhatikan faktor-faktor tersebut dengan Kualitas Produk yang enak, dan Harga yang terjangkau sehingga, Tema Coffee bisa menjadi pilihan terbaik bagi konsumen untuk bersantai menikmati kopi.

TABEL 1.1 Data Hasil Penjualan Produk Tema Coffee 2022

Bulan	Hasil Penjualan
Maret	Rp. 18.763.000
April	Rp 25.353.921
Mei	Rp 13.113.226

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021

Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa fenomena yang terjadi dalam penelitian pada Tema Coffee ini menunjukkan terjadinya penurunan pendapatan selama 3 bulan terakhir yang menjadi alasan penunjang perlunya dilakukan penelitian lebih, agar Tema Coffee mampu melakukan perbaikan sesuai dengan hasil dari penelitian yang pada akhirnya bisa menaikkan pendapatan penjualan produk Tema Coffee. Selanjutnya, untuk memastikan apa yang menjadi masalah dan mengakibatkan penurunan jumlah hasil penjualan pada Tema Coffee, peneliti melakukan pra-penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang yang merupakan pengunjung dan pembeli produk Tema Coffee. Hal ini diawali dengan menanyakan alasan utama konsumen memilih Tema Coffee sebagai salah satu tempat pilihan untuk bersantai menikmati kopi, lalu selanjutnya memaparkan pernyataan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen diantaranya Kualitas Produk, dan Harga terhadap kepuasan konsumen.

Hal ini dilakukan agar dapat mengetahui ada atau tidaknya keterkaitan antara kepuasan konsumen dengan fenomena penurunan pendapatan Tema Coffee selama 3 bulan. Karena, kepuasan yang dirasakan konsumen akan berdampak pada loyalitas konsumen, minat beli ulang dan menentukan reputasi restoran atau *cafe* dihadapan publik, serta menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Miller disimpulkan bahwa jika pelanggan merasa puas maka kemungkinannya pelanggan ini akan bertahan dengan produk dalam waktu lama, begitu pula sebaliknya. Kepuasan pelanggan juga menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan yang juga berdampak pada tingkat penjualan.

Penelitian ini dilakukan tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan sebagai perbandingan dan bahan kajian. Begitupun hasil penelitian terdahulu yang dijadikan perbandingan tidak terlepas dari topik penelitian yaitu pengaruh atribut *coffee shop* terhadap kepuasan konsumen di Tema Coffee Jakarta. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu diantaranya jurnal penelitian oleh Febriyanto Sasongko et.al (2020) yang berjudul "*Attribute of Coffee Shop as Antecedant of Customer Satisfaction*" hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere, price fairness, employee attitude, dan coffee quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di industri *coffee shop* Indonesia. Selain itu, berdasarkan jurnal penelitian Diapinsa Gema Zakaria (2017) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan" hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas mengenai adanya penurunan pendapatan pada Tema *Coffee*, hasil pra- penelitian dan hasil penelitian terdahulu mengenai kepuasan konsumen yang dijadikan referensi. Maka, pada penelitian kali ini atribut *coffee shop* yang digunakan diantaranya adalah Kualitas Produk, dan Harga. Dengan tujuan untuk

mengetahui lebih jauh pengaruh variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran

Pemasaran berasal dari kata pasar. Secara sederhana, pasar dapat dipahami sebagai tempat dimana sekelompok penjual dan pembeli bertemu untuk melaksanakan kegiatan transaksi tukar menukar barang. Pemasaran sendiri merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain Kotler and Armstrong (2017)

B. Bauran Pemasaran

Ketika mengeluarkan suatu produk pada sekumpulan masyarakat, pebisnis tidak bisa secara sembrono begitu saja menjualnya ke pasaran. Dibutuhkan ramuan khusus yang menjaga agar produk yang dikeluarkan bisa laris dipasaran. Menurut Kotler and Armstrong (2017:43) bauran Pemasaran (*marketing mix*) mencakup empat hal inti yang dapat di kontrol oleh pebisnis, meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*).

C. Kedai Kopi (*Coffee Shop*)

Menurut Bahasa Indonesia (2008), kedai kopi (*coffee shop*) adalah suatu tempat (kedai) yang menyajikan olahan kopi espresso dan kudapan kecil. Sedangkan menurut Marsum (2001:8) , ada dua puluh dua jenis tipe restoran, yaitu “*a’la carte restaurant, table d’hote restaurant, coffee shop atau brasserie, cafeteria/cafe, canteen, continental restaurant, carvery, dining room, dischoteque, fish and chip shop, grill room (rotisserie), inn tavern, night club/super club, pizzeria, pan cake house/creperie, pub, snack bar/cafe/milk bar, specialty restaurant, terrace restaurant, gourmet restaurant, family type restaurant, dan main dining room*” dan *Coffee shop* merupakan salah satu dari kedua puluh dua tipe restoran di atas.

D. Kualitas Produk

Menurut Kotler and Armstrong (2017:11) kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoprasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

E. Harga

Menurut Firmansyah and Mahardhika (2018:15) harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produk baik berupa barang maupun jasa. Menurut Brata, Husani, and Ali (2017) harga merupakan sejumlah uang yang dibutuhkan atau ditukarkan ke konsumen untuk mendapatkan atau memiliki suatu barang yang akan memiliki manfaat serta penggunaannya.

F. Kepuasan Konsumen

Semakin banyak frekuensi pembelian, semakin banyak pula peluang peningkatan pendapatan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan perusahaan karena pelanggan atau konsumen merupakan alasan mengapa suatu perusahaan tetap berjalan. Band dalam Aji and Marleni (2018:1) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan mampu terpenuhi yang dapat menyebabkan kesetiaan terhadap produk atau yang berlanjut atau menyebabkan pembelian ulang.

III. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2019:1) metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan variabel-variabel yang akan diteliti, maka metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2018:1) Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan

instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam metode penelitian kuantitatif, penulis menggunakan instrumen pengumpul data berbentuk kuesioner untuk pedoman penelitian.

Menurut Winarni (2018:28) penelitian deskriptif adalah suatu masalah yang berkenaan dengan pernyataan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri). Berdasarkan karakteristik masalah, penelitian ini termasuk dalam penelitian koresional, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel dan membuat prediksi berdasarkan korelasi. Atau dapat disebut penelitian ini merupakan penelitian kausal. Berdasarkan pendapat Sugiyono (2019:27), hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Jadi, terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Dalam penelitian ini, metode kausal digunakan untuk menjelaskan pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga (variabel independen) terhadap kepuasan konsumen (variabel dependen) secara parsial dan secara simultan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 100 responden dari konsumen yang pernah mengunjungi Tema *Coffee* Jakarta lebih dari dua kali. Dari 100 responden tersebut diketahui karakteristik untuk responden ini didominasi oleh pria dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Untuk karakteristik usia responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang rentang usianya 15 tahun hingga 25 tahun dengan jumlah 74 orang, dan untuk karakteristik pendapatan, responden pada penelitian ini didominasi oleh responden yang pendapatannya 2.000.000 hingga 5.000.000 perbulan dengan jumlah responden sebesar 47 orang.

Berdasarkan perhitungan hasil pengolahan data, didapatkan pada variabel Kualitas Produk, skor tertinggi berada pada pernyataan "Rasa produk sesuai dengan harapan konsumen" dengan skor 87,8%, hal ini dikarenakan Tema *Coffee* Jakarta mampu memenuhi harapan konsumen terhadap produk yang di berikan. Sedangkan pernyataan dengan interpretasi skor terendah yaitu "Memiliki desain gelas/cup yang menarik" yang disebabkan oleh kurangnya desain cup yang menarik yang ditunjukkan ke konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta.

Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa Kualitas Product memiliki hasil yang positif terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas suatu produk yang ditawarkan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang ditawarkan. Hasil ini berjalan selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Muttaqin (2020); (Zamroni 2021); Jahanshahi et al. (2011) Pada variabel Harga, skor tertinggi berada pada pernyataan "Harga di Tema *Coffee* terbilang lebih murah dibanding *Coffeeshop* lainnya" dengan skor 87,4%, hal ini dikarenakan harga di Tema *Coffee* Jakarta lebih murah dibanding *Coffeeshop* lain disekitarnya. Sedangkan pernyataan dengan interpretasi skor terendah yaitu "Harga produk yang cukup terjangkau untuk semua kalangan" dengan skor 85,2% hal ini dikarenakan harga jual produk Tema *Coffee* Jakarta di rentang 8.000 hingga 18.000 per gelas, sehingga sangat terjangkau bagi semua kalangan. Pada variabel Kepuasan Konsumen, skor tertinggi berada pada pernyataan "Konsumen merasa puas dan kembali melakukan pembelian produk Tema *Coffee*" dengan skor 86,8%, hal ini dikarenakan Tema *Coffee* Jakarta memberikan produk yang nikmat, sehingga konsumen merasa puas dan kembali membeli produk Tema *Coffee* Jakarta. Sedangkan pernyataan dengan interpretasi skor terendah yaitu "Konsumen merekomendasikan Tema *Coffee* kepada kerabat/teman" dengan skor 84%, hal ini disebabkan oleh kepuasan konsumen terpenuhi sehingga konsumen melakukan rekomendasi kepada kerabat.

Hasil dari Uji T adalah bahwa Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini disebabkan oleh harga yang ditetapkan sesuai dengan apa yang didapatkan oleh pelanggan, namun masih ada sebagian kecil pelanggan yang masih memberikan penilaian negatif. Hal ini berjalan selurus dengan penelitian yang dilakukan oleh Veronika (2021).

Berdasarkan perhitungan menggunakan *software* SPSS, Pada variabel Kualitas Produk (X1) terhadap kepuasan konsumen sebesar $4,762 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta. Dan untuk variabel harga (X2) terhadap kepuasan konsumen sebesar $2,610 > 1,988$ dan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta.

Koefisien regresi untuk variabel kualitas produk adalah positif, yang menandakan bahwa terjadi hubungan yang

searah antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta. Apabila kualitas produk semakin tinggi, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta. Besar pengaruh yang diberikan oleh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Tema *Coffee* Jakarta yaitu sebesar 23,4%; Koefisien regresi untuk variabel harga adalah positif, yang menandakan bahwa terjadi hubungan searah antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta. Apabila harga semakin tinggi, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta. Besar pengaruh yang diberikan oleh harga terhadap kepuasan konsumen Tema *Coffee* Jakarta yaitu sebesar 2,4%. Sehingga terlihat bahwa kualitas produk memberikan kontribusi positif paling dominan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan perhitungan hasil penelitian menggunakan *software* SPSS, dinyatakan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta. Besar pengaruh yang diberikan Kualitas Produk dan Harga terhadap kepuasan konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta adalah sebesar 25,8%, dengan nilaisisa sebesar 74,2% yang berada pada variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka diambil beberapakesimpulan sesuai rumusan masalah sebagai berikut :

- A. Kualitas Produk pada Tema *Coffee* Jakarta terkategori sangat tinggi
- B. Harga pada Tema *Coffee* Jakarta terkategori sangat tinggi
- C. Kepuasan Konsumen pada Tema *Coffee* Jakarta terkategori sangat tinggi
- D. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Tema
- E. *Coffee* Jakarta secara parsial.
- F. Secara simultan Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan pada Kepuasan Konsumen di Tema *Coffee* Jakarta dengan pengaruh simultan sebesar 25,8%.

VI. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mencoba memberikan saran dan masukan yang berguna dan dapat menjadi pertimbangan bagi kemajuan perusahaan di masa yang akan datang serta bagi penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran yang diajukan sebagai berikut :

A. Saran Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk dapat menambahkan atau menggunakan variabel lain seperti variabel promosi, variabel citra merek, variabel *brand trust*, variabel lain yang tidak di telitit dalam penelitian ini agar, ditemukan saran-saran yang lebih baik lagi untuk mengetahui kepuasan konsumen lainnya.

B. Saran Praktisi

1. Tema *Coffee* Jakarta sebaiknya melakukan produksi menu khusus pada setiap bulan atau tanggal tertentu seperti bulan ramadhan menyediakan menu yang bernuansa ramadhan salah satunya Es Kopi Kolak Pisang dan ketika saat perayaan natal menyediakan menu seperti Choco Mint atau Es kopi susu Cinamon dan juga memperbaharui menu setiap beberapa bulan sekali agar konsumen memiliki lebih banyak pilihan menu.
2. Tema *Coffee* Jakarta menyesuaikan ulang harga dengan lingkungan, produk yang dijual dan pasar yang ada di sekitar Tema *Coffee* Jakarta.
3. Tema *Coffee* Jakarta salah satu cara yang bisa dilakukan oleh pemilik bisnis yaitu memberikan kartu diskon atau produk gratis untuk *customer* yang sudah sering membeli produk Tema *Coffee*.

REFERENSI

- [1] Aji, Awaluddin Setya, and Ni Nyoman Nepi Marleni. 2018. *Survei Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Balikpapan*. Unimma Press.
- [2] Aminudin, Lucky. 2015. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Store Atmosfir Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada KFC Mega Mas Manado." *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 15 (5): 703–15.
- [3] Bahasa Indonesia, Kamus. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. XVI. Jakarta.
- [4] Brata, Baruna Hadi, Shilvana Husani, and Hapzi Ali. 2017. "The Influence of Quality Products, Price, Promotion, and Location to Product Purchase Decision on Nitchi At PT. Jaya SwarasaAgung in Central Jakarta." *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 433–45. <https://doi.org/10.21276/sjbms>.

- [5] Cakranegara, Pandu Adi. 2020. "Gerai Kopi Di Jakarta Dalam Adaptasi Kehidupan Baru." *EDUTOURISM Journal Of Tourism Research* 2 (02): 83–89.
- [6] Fandy, Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Andi.
- [7] Firmansyah, M. Anang, and Budi W. Mahardhika. 2018. *Pengantar Manajemen*. Edisi Pert. Surabaya: Institusi Universitas Muhammadiyah Surabaya.
- [8] Hariyanti, Novia Dwi. 2020. "Pengaruh Atmosfir Kafe, Kualitas Produk, Dan Aplikasi DompelDigital Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pesenkopi Jember." *Digital Repository Universitas Jember*, no. September 2019: 2019–22.
- [9] Jahanshahi, A.A, M.A.H Gashti, S.A Mirdamadi, K Nawaser, and S.M.S. Khaksar. 2011. "Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty." *International Journal of Humanities and Social Science* 1 (June 2011): 253–60.
- [10] Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2017. *Principle of Marketing*. Pearson.
- [11] Mujahadah, Isra Nur, and Cut Irna Setiawati. 2020. "Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Upnormal Coffee Roasters Global Project Bandung." *E-Proceeding of Management* 7 (2): 6855–62.
- [12] Muttaqin, Shohib. 2020. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS KONSUMEN (Studi Pada Loodst Coffee Shop Tulungagung)."
- [13] Putri, Lily Harlina, Srikandi Kumadji, and Andriani Kusumawati. 2014. "PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Monopoli Cafe and Resto Soekarno Hatta Malang)" 15 (2).
- [14] Rooroh, C A M, S Moniharapon, and S J R Loindong. 2020. "PENGARUH SUASANA CAFE, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO) THE INFLUENCE OF CAFE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY AND PRICE ON CUSTOMER SATISFACTION (STUDI PADA CAFE CASA DE WANEA MANADO)." 130 *Jurnal EMBA* 8: 130–39.
- [15] Sopiah, and Etta Mamang Sangadji. 2016. *Salesmanship : Kepenjualan*. Edited by Suryani and Liani M Ali. Jakarta.
- [16] Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cet 1. Bandung: Alfabeta.
- [17] Veronika, Salmah. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Mustika Ratu Di Supermarket Yogya Kota Bandung."
- [18] Winarni, Endang Widi. 2018. "Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif Kualitatif."
- [19] Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Ekonisia.
- [20] Zamroni, Muhammad Reza. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bakso Mama Pusat Di Denanyar Jombang."