Community Engagement & Emergence Journal
Volume 6 Nomor 3, Tahun 2025
Halaman : 1346-1355

Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Fasilitas Terhadap Daya Minat Pelanggan Minum Kopi Di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan

The Influence of Price, Service Quality, and Facilities on Customer Interest in Drinking Coffee at Restu Bunda Coffee Shop, Medan City

Ica Putri Andari Banjarnahor [1], Deni Faisal Mirza[2]
[1,2]Prodi Manajemen, Universitas Prima Indonesia
icabanjarnahori@gmail.com[1] , denifm.ukmcenter@yahoo.com[2]

Abstract
The purpose of this study was to determine how consumer interest in drinking coffee at Coffee Shop Restu Bunda in Medan City is influenced by facilities, service quality, and price. This survey-based study involved sixty clients. The results showed that consumer interest was positively and significantly influenced by price, service quality, and facilities. Coffee Shop Restu Bunda can use this study as a guide to increase consumer interest by improving service standards, providing complete and comfortable facilities, and setting reasonable prices.
Keywords : *Service Quality, Customer Interest, Coffee Shop*

Abstrak
Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana fasilitas, kualitas layanan, dan harga mempengaruhi minat konsumen dalam minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan. Sebanyak 60 klien diikutsertakan dalam penelitian berbasis survei ini. Harga, kualitas layanan, dan fasilitas terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen. Coffee Shop Restu Bunda dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai panduan untuk meningkatkan minat konsumen dengan cara memperbaiki standar pelayanan, menyediakan fasilitas yang lengkap dan nyaman, serta menetapkan harga yang wajar.
Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Daya Minat Pelanggan*, Coffee Shop*

1. Pendahuluan

Kopi adalah minuman yang terbuat dari biji kopi yang sudah di sangrai atau diolah sebelum di konsumsi. Orang sering minum kopi untuk meningkatkan energi dan menghindari rasa lelah karena kandungan kafeinnya yang tinggi. Kopi hadir dalam berbagai bentuk atau varian yang berbeda di seluruh dunia, dan kopi juga dapat meningkatkan perkonomian suatu negara dan memberikan banyak peluang bisnis bagi Masyarakat luas*. Coffee Shop* menjadi tempat berkumpul yang dapat diakses oleh siapa saja dan menjadi salah satu Industri yang menarik minat banyak pengusaha. Oleh karena itu, pemilik perlu mempertimbangkan tarif dari setiap menu yang tersedia dan memberikan pelayanan yang baik agar dapat menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi kopi dan mendorong mereka untuk berkunjung di Coffee Shop RESTU BUNDA KOTA MEDAN

Harga adalah jumlah uang atauP nilai yang harus dibayar pelanggan untuk membeli suatu barang atau jasa, serta jumlah uang yang harus dikeluarkan. Harga di *Coffee Shop* Restu Bunda berbeda-beda tergantung menu yang ditawarkan, dan sebagian pelanggan mungkin menganggap biayanya terlalu mahal sehingga membuat mereka tidak melakukan pembelian.

e-ISSN:2715-9752, p-ISSN:2715-9868
Copyright © 2025 THE AUTHOR(S). This article is distributed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license

Lalu ada harga yang tidak jelas dan tidak diungkapkan sebelumnya, seperti biaya pajak yang cukup mahal dikalangan beberapa pelanggan.

Pelayanan adalah suatu proses atau tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan individu. Para pelayan di *Coffee Shop* Restu Bunda memperhatikan kenyamanan dan kesukaan pelanggannya, mereka bahkan menyesuaikan minuman untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Melayani setiap pelanggan secara individu, ditambah memperlakukan mereka dengan baik, dan menawarkan layanan dengan sopan dan ramah. Terkadang kurangnya tentang menu yang ditawarkan oleh pelayan *coffee shop ,* sehingga sulit bagi pelanggan untuk mendapatkan rekomendasi atau informasi yang mereka butuhkan.

Fasilitas merupakan infrastruktur yang dapat memperluas akomodasi kebutuhan yang tersedia. Di Coffee Shop terdapat area khusus untuk pengunjung yang bekerja dan belajar. Namun, ada beberapa masalah terkait jaringan Wi-Fi yang harus diperhatikan oleh pemilik untuk pelanggan. Jika koneksi internet yang ditawarkan lebih stabil, mungkin lebih banyak pelanggan yang tertarik berkunjung. Dengan fasilitas yang tidak bisa di akses dengan baik akan membuat Pelanggan kecewa dan menjadi salah satu penyebab Pelanggan tidak mengunjungi tempat tersebut.

Daya minat minum kopi menunjukan seberapa besar ketertarikan dan keinginan konsumen untuk mengonsumsi kopi. Tingkat minat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas rasa, pengalaman yang didapat di lokasi, tren gaya hidup, dan strategi pemasaran terutama di kalangan remaja yang menjadikan *Coffee Shop* Restu Bunda sebagai tempat berkumpul.

Dalam pembahasan yang telah di jelaskan di atas bahwa peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang **berjudul Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Daya Minat Pelanggan Minum Kopi di *Coffee Shop* Restu Bunda Kota Medan.**

2. Metode

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif untuk menjelaskan dan memperkuat argumen atau simpulan.Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Untuk menguji hipotesis yang ditetapkan, metode penelitian kuantitatif mengumpulkan data dari populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian dan menganalisisnya dengan menggunakan metode kuantitatif dan statistik. Faktor-faktor yang saling terkait dalam penelitian ini meliputi Minat (Y), Pengaruh Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Fasilitas (X3).populasi dan sampel penelitian adalah sekitar 60 orang pelanggan di Coffee Shop RESTU BUNDA.Lokasi penelitian ini adalah Kedai Kopi RESTU BUNDA di Kota Medan, Sumatera Utara 20118, yang beralamat di Jln. Ayahanda No.49A, Kelurahan Sei Putih Tengah, Kecamatan Medan Petisah, Kota Medan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juli 2024 sampai dengan Agustus 2025.Teknik pengumpulan data pada penelitian ini terdiri atas empat yaitu : (1) observasi, (2) kuesioner, (3)Untuk mengumpulkan data untuk studi pendahuluan (3) Dokumen, seperti buku, arsip, data numerik, dan representasi visual dalam laporan dan deskripsi, merupakan cara yang bagus untuk mengumpulkan informasi untuk tujuan penelitian.teknis analisis data pada penelitian ini adalah : 1) uji validitas dan reliabilitas. 2)Heteroskedastisitas, 3) Simultan (Uji-F), 4) Persial (Uji-t) .

3. Hasil Dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Harga	60	9	20	14.40	3.863
Kualitas Pelayanan	60	8	20	14.80	3.754
Fasilitas	60	8	20	16.10	2.921
Daya Minat	60	8	20	15.73	3.204
Valid N (listwise)	60				

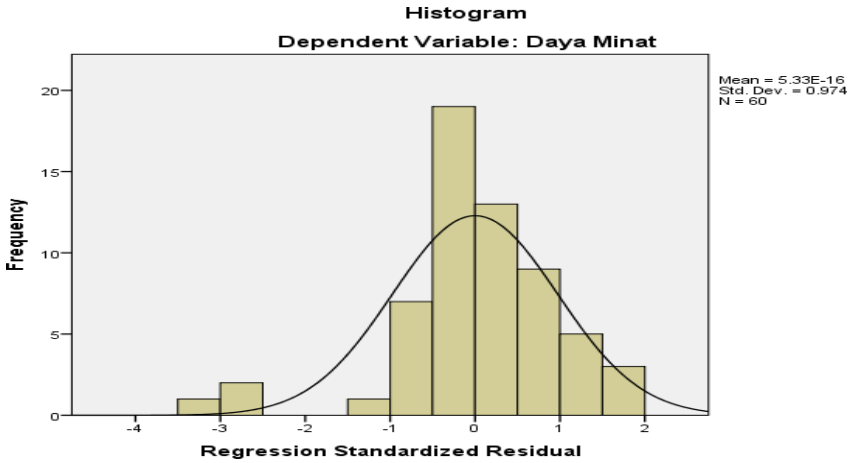
Nilai terendah dan maksimum Harga, Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Minat serta rata-rata dan simpangan bakunya ditunjukkan pada tabel 1.1 di atas.

1. Dengan 60 responden, kami memiliki rentang 9–20 untuk variabel harga (X1), rata-rata 14,40, dan simpangan baku 3,863.
2. Sampel yang terdiri dari 60 respons untuk variabel Kualitas Layanan (X2) berkisar antara 8–20, dengan rata-rata 14,80 dan simpangan baku 3,754.
3. Ketiga, dari 60 responden, variabel Fasilitas (X3) memiliki rentang nilai dari 8 hingga 20, dengan rata-rata 16,10 dan simpangan baku 2,921.
4. Dengan jumlah responden sebanyak 60 orang, dapat kita lihat bahwa variabel Daya Minat (Y) berada pada rentang angka 8 sampai dengan 20 dengan rata-rata sebesar 15,73 dan simpangan baku sebesar 3,204.

Hasil Uji Asumsi Klasik

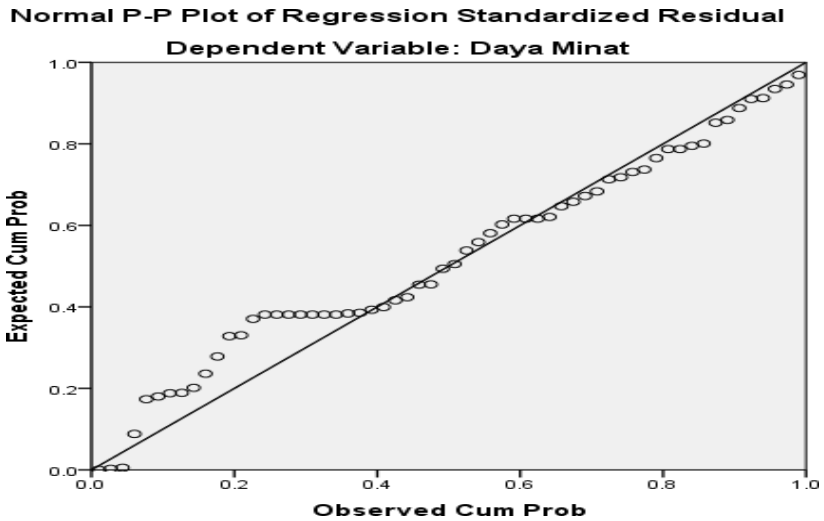
Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah distribusi populasi data normal atau tidak, uji kenormalan membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal dengan plot probabilitas normal dan menggunakan grafik histogram untuk membandingkan data observasi dari distribusi yang hampir normal. Probabilitas yang lebih besar dari 0,05 dianggap normal, sedangkan probabilitas yang lebih rendah dari 0,05 dianggap abnormal. Ini adalah kriteria mendasar.



Gambar 1. Grafik Histogram Normalitas

Karena data tidak mengikuti distribusi normal, seperti yang terlihat dari kurva simetris grafik berbentuk "U", kita dapat menyimpulkan bahwa data terdistribusi secara teratur.



Gambar 2 Normalitas P-Plot

Data terdistribusi secara teratur, seperti yang dapat ditentukan menggunakan statistik nonparametrik, karena gambar di atas menampilkan bentuk diagonal. Excel Smirnov Kolmogorov Dalam kasus ketika nilai signifikan lebih tinggi dari 0,05

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.08360310
Most Extreme Differences	Absolute	.151
	Positive	.060
	Negative	-.151
Kolmogorov-Smirnov Z		1.166
Asymp. Sig. (2-tailed)		.132

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Tabel 1.2 menampilkan hasil perhitungan kenormalan menggunakan statistik Kolmogorov Smirnov. Karena angka substansial adalah 0,132 > 0,05, ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), Fasilitas (X3), dan Minat (Y) terdistribusi normal. Oleh karena itu, model regresi yang dipertimbangkan memerlukan analisis tambahan.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

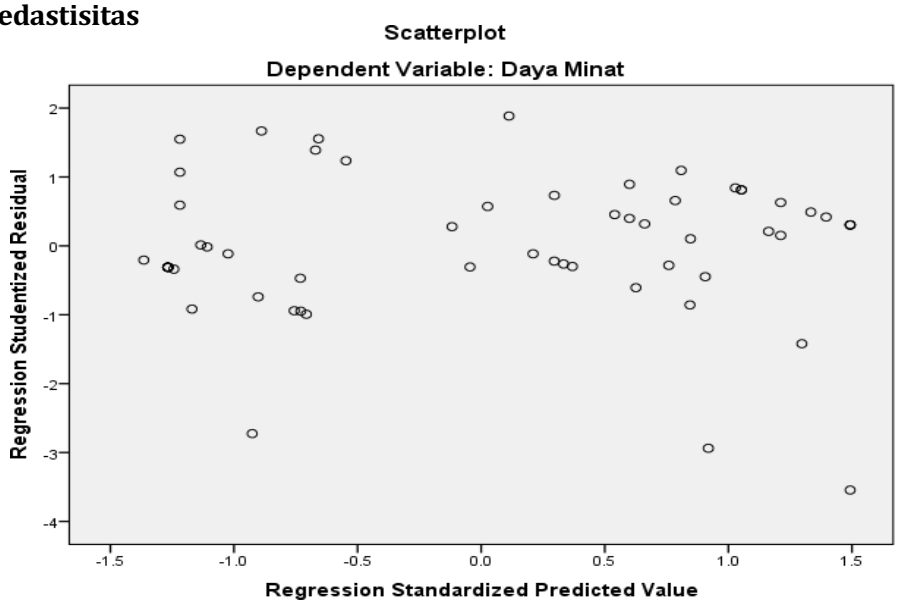
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	.247	4.056
	Kualitas Pelayanan	.256	3.913
	Fasilitas	.444	2.254

a.Dependent Variable: Daya Minat

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1. Berdasarkan temuan ini, multikolinearitas tidak ada.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas

Titik-titik didistribusikan secara acak dari atas nol pada sumbu Y hingga di bawah nol pada grafik di atas. Dengan demikian, heteroskedastisitas tidak ada.

Hasil Analisis Data Penelitian

Model Penelitian

Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, seseorang dapat memvalidasi dan mengevaluasi hubungan antara variabel dependen dan empat atau lebih variabel independen. Saat mempelajari variabel dependen, peneliti tertarik pada kontribusi relatif dari faktor-faktor independen.

Tabel 4. Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.689	1.567		3.631	.001
	Harga	.387	.145	.467	2.667	.010
	Kualitas Pelayanan	.237	.147	.278	1.616	.112
	Fasilitas	.060	.143	.054	.417	.679

a. Dependent Variable: Daya Minat

Berdasarkan tabel 1.4 diatas, maka rumus regresinya adalah: Daya Minat Pelanggan Minum Kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan = (5,689) + (0,387) Harga + (0,237) Kualitas Pelayanan + (0,060) Fasilitas. (1) Nilai a sebesar (5,689) satuan menyatakan variabel Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas memiliki nilai nol maka Daya Minat Pelanggan Minum Kopi di *Coffee Sho*p Restu Bunda Kota Medan adalah sebesar (5,689) satuan.. (2) Nilai koefisien variabel Harga adalah sebesar (0,387) satuan dengan nilai positif menunjukkan bahwa setiap meningkatkannya variabel Harga 1 satuan mengakibatkan naiknya Daya Minat Pelanggan Minum Kopi di *Coffee Sho*p Restu Bunda Kota Medan sebesar (0,387) satuan. (3) Dengan nilai positif (0,237) satuan untuk variabel Kualitas Pelayanan yang merupakan koefisien maka Minat Minum Kopi Pelanggan di Kedai Kopi Restu Bunda Kota Medan meningkat sebesar (0,237) satuan untuk setiap kenaikan satuan pada variabel Kualitas Pelayanan. (4) Variabel Fasilitas mempunyai nilai koefisien positif sebesar (0,060) satuan, artinya minat minum kopi pelanggan di Kedai Kopi Restu Bunda Kota Medan meningkat sebesar (0,060) satuan untuk setiap kenaikan 1 satuan pada variabel Fasilitas.

Koefisien Determinasi Hipotesis

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760[a]	.577	.554	2.139

A. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga

Berdasarkan data pada tabel 4.5, nilai R-kuadrat yang disesuaikan adalah 0,577. Jika X memengaruhi Y sebesar 57,7 poin persentase, maka Y secara signifikan dipengaruhi oleh X.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Tabel 6. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349.591	3	116.530	25.477	.000[b]
	Residual	256.143	56	4.574		
	Total	605.733	59			

A. Dependent Variable: Daya Minat
B. Predictors: (Constant), Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Harga

Nilai sig.: "Pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y secara simultan adalah 0,000 < 0,05." F tabel 2,737 > nilai F hitung 25,477, yang merupakan temuan tambahan. Potongan-potongan tersebut bekerja sama secara harmonis, sebagaimana ditunjukkan oleh uji penerimaan. Kedai Kopi Restu Bunda Kota Medan: Dampak Harga, Kualitas Pelayanan, dan Fasilitas terhadap Minat Konsumen Mengonsumsi Kopi.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Tabel 7. Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.689	1.567		3.631	.001
	Harga	.387	.145	.467	2.667	.010
	Kualitas Pelayanan	.237	.147	.278	1.616	.112
	Fasilitas	.060	.143	.054	.417	.679

a. Dependent Variable: Daya Minat

Dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel atau mengevaluasi tingkat signifikansi nilai t hitung, uji parsial dapat memastikan kepentingan relatif setiap variabel independen dalam menggambarkan variasi yang diamati dalam variabel dependen. "Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel bebas secara substansial mempengaruhi variabel terikat" (Arikunto, tahun ini).

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Harga Terhadap Daya Minat Pelanggan Minum Kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan

Nilai signifikan (Sig.) sebesar 0,010 < 0,05 ditetapkan untuk pengaruh parsial variabel X1 (Harga) terhadap Y (Daya Minat). Selain itu, nilai t-hitung sebesar 2,667 > mendukung penerimaan H1. Nilai t-tabel: 1,994. Jadi, bisa dikatakan bahwa faktor harga cukup

mempengaruhi minat konsumen untuk membeli kopi di Kedai Kopi Restu Bunda Kota Medan. Hal ini menunjukkan bahwa "apabila penetapan harga yang tepat akan membuat konsumen lebih berminat untuk berkunjung dan melakukan pembelian di kedai kopi tersebut."

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Daya Minat Pelanggan Minum Kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa X2 memiliki pengaruh secara parsial terhadap Y dengan nilai Sig. sebesar 0,112 > 0,05. Perlu diketahui bahwa nilai t hitung sebesar 1,616 lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,994. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa Kedai Kopi Restu Bunda Kota Medan tidak memiliki pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Minat Minum Kopi Pelanggan (H2 ditolak). Hasil ini menunjukkan bahwa "meskipun kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam bisnis jasa, namun dalam konteks penelitian ini, pelanggan tidak menjadikan kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam menentukan minat mereka untuk membeli kopi." Faktor lain seperti harga atau fasilitas kemungkinan memiliki pengaruh yang lebih dominan.

Pengaruh Fasilitas Terhadap Daya Minat Pelanggan Minum Kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan

Pengaruh "parsial X3 terhadap Y memiliki tingkat signifikansi 0,679 > 0,05. Selain itu, karena nilai t-hitung 0,417 < t-tabel 1,994, maka H3 ditolak." Oleh karena itu, variabel Fasilitas tidak mempunyai dampak substansial terhadap Y. Minat Konsumen dalam Minum Kopi di Kedai Kopi Restu Bunda Kota Medan. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun fasilitas yang tersedia di Coffee Shop Restu Bunda mungkin dianggap cukup oleh pengelola, keberadaan fasilitas tersebut tidak menjadi faktor utama yang mendorong pelanggan untuk tertarik datang dan menikmati kopi di tempat tersebut. Daya minat pelanggan cenderung dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang kemungkinan lebih dominan, seperti kualitas produk, harga, pelayanan, atau suasana tempat.

4. Simpulan

Penelitian dan pembahasan menghasilkan beberapa kesimpulan. Pertama, di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan, harga berperan positif secara parsial dalam memengaruhi minat pelanggan untuk minum kopi. Kedua, menurut pelanggan, kualitas layanan tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat mereka. Ketiga, minat pelanggan terhadap kopi sebagian tidak terkait dengan fasilitas yang disediakan. Keempat, minat pelanggan untuk minum kopi di Coffee Shop Restu Bunda Kota Medan dipengaruhi secara positif (meskipun tidak signifikan) oleh harga, kualitas layanan, dan fasilitas secara simultan.

Beberapa rekomendasi yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut. Bagi akademisi, diharapkan dapat terus menggali topik ini lebih dalam dan menemukan variabel lain yang berperan dalam pengambilan keputusan konsumen. Untuk organisasi bisnis, pertimbangan seperti citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan pelanggan dapat membantu meningkatkan keputusan pembelian. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi riset lanjutan yang relevan, khususnya dalam program studi Manajemen Sistem Informasi. Kepada para peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain di luar kepercayaan, kualitas produk, dan citra merek agar memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.

5. Daftar Pustaka

Arianto, A. 2018. *Manajemen Pemasaran: Strategi dan Implementasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (edisi revisi). Jakarta: Rineka Cipta.

Creswell, J. W. 2018. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.

DF Mirza, TSLS Lumbantobin,.Jurnal 2021. Pengaruh motivasi, kepuasan, dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Indonesia Comnets Plus Medan

DF Mirza - Jurnal Tijarah, 2020. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow Pada Pt. Industri Karet Deli Medan.

DF Mirza - Tijarah: Jurnal Ekonomi , 2020 Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Fastfood Indonesia Cabang Simpang Mataram Medan

DF Mirza - Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen ., 2022. Pengaruh fasilitas kerja lingkungan kerja dan gaya kepemimpinan terhadap produktifitas karyawan Pt.di perkebunan.

DF Mirza, H Nurlaila - Management Studies And.,2024 Pengaruh Promosi Penjualan, Penjualan Perseorangan Dan Kepercayaan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT.

DF Mirza, TSLS Lumbantobing - Jurnal ., 2021 Pengaruh motivasi, kepuasan, dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Indonesia Comnets Plus Medan

DF Mirza, C Calvin, EJ Damanik- Warta.,2020 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Produk Rubberwood s4s, Rubberwood Finger Joint Block

DF Mirza - Jurnal Tijarah, 2020 Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow Pada Pt. Industri Karet Deli Medan

DF Mirza, DM Goretti - Jurnal Ilmiah Methonomi, 2020 Pengaruh komunikasi kerja, stres kerja dan kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan pt. star media internusa medan.

DF Mirza, K Yunior, H Novita - AdBispreneur: Jurnal Pemikiran.,2019 Pengaruh Pemagangan Dan Pelatihan Kecakapan Hidup Terhadap Penumbuhan Wirausaha Baru.

Gay, L. R., Mills, G. E., & Airasian, P. W. 2019. *Educational Research: Competencies for Analysis and Applications* (12th ed.). New York: Pearson.

Ghozali, I. 2017. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 24* (edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. 2019. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. 2020. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hidayat, R., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe Sky Garden Wonoboyo Di Bondowoso. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(10), 2141-2151. E-ISSN: 2964-898X, P-ISSN: 2964-8750.

Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville - Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150-159. e-ISSN: 2745-7257. Mukarom, Z., & Muhibudin. 2015. *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: Alfabeta.

Rahmat, J. 2018. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Setyo, H. B. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

Slameto. 2016. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W. 2014. *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, F., & Chandra, G. 2016. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2016. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.

Tsaniya, R., & Sayang Telagawathi, N. L. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(1), 32-39.