

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN COFFEE SHOP KOPI
DARI HATI DI KOTA PALEMBANG SERTA IMPLIKASINYA
TERHADAP BAURAN PEMASARAN**

***ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION AT KOPI DARI
HATI COFFEESHOP IN THE CITY OF PALEMBANG AND ITS
IMPLICATIONS FOR THE MARKETING***



**Roynaldo Kurniawan
05011381722159**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN COFFEE SHOP KOPI
DARI HATI DI KOTA PALEMBANG SERTA IMPLIKASINYA
TERHADAP BAURAN PEMASARAN**

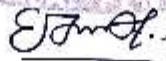
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian pada
Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

Oleh:
Roynaldo Kurniawan
05011381722159

Palembang, Maret 2023

Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.
NIP. 196104261987032007

Mengetahui

Dekan Fakultas Pertanian




Dr. Ju. A. Muslim, M.Agr.
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan Judul "Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Kopi Dari Hati Di Kota Palembang Serta Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran" oleh Roynaldo Kurniawan telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 13 Maret 2023 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji

1. Agustina Bidarti, S.P., M.Si
NIP. 197708122008122001

Ketua

(..........)

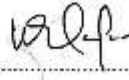
2. Serly Novita Sari, S., M.Si.
NIP. 167107510989007

Sekretaris

(..........)

3. Dwi Wulan Sari, S.P., M.Si., Ph.D.
NIP. 198607182008122005

Penguji

(..........)

4. Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si.
NIP. 196104261987032007

Pembimbing

(..........)

Indralaya, Maret 2023

Ketua Jurusan
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si.
NIP. 197412262001122001

PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Roynaldo Kurniawan

NIM : 05011381722159

Judul : Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Kopi Dari Hati Di
Kota Palembang Serta Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat di dalam proposal skripsi ini merupakan hasil penelitian saya sendiri dibawah supervise pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiasi dalam proposal skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapat paksaan dan tekanan dari pihak manapun.



Indralaya, Maret 2023



Roynaldo Kurniawan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas kasih karunia, berkat dan ridhonya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Kopi Dari Hati Di Kota Palembang Serta Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran”. Penulis Mengucapkan Terima Kasih Kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberi kasih karunia dan berkat yang melimpah untuk dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Orang tua tercinta yaitu Ibu Murniati dan Bapak Alm. Al-Azhar yang selalu memberi doa dan dukungan berupa motivasi dan juga materi yang tak terhitung banyaknya dalam proses perkuliahan dan pada tahap penyelesaian tugas akhir perkuliahan.
3. Saudara kandung serta keluarga penulis yang selalu memberi semangat dan motivasi serta doa kepada penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.si. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan, saran, motivasi, dan selalu bersedia meluangkan waktunya dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dwi Wulan Sari, S.P., M.Si. yang telah bersedia meluangkan waktunya menjadi dosen penelaah pada seminar pra-penelitian dan seminar hasil penelitian saya, yang memberi bimbingan, saran, dan arahan pada penulisan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Dessy Adriani, S.P, M.Si. selaku ketua jurusan yang selalu memberikan arahan dan memberikan izin sehingga pelaksanaan penelitian skripsi ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.
7. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis selama proses perkuliahan.
8. Seluruh jajaran staff akademik di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya baik di Indralaya maupun Palembang yang telah bersedia membantu penulis dalam proses pengadministrasian selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

9. Kepada Keluarga Besar Laser Perfect yang telah menemani serta pendengar yang baik dan banyak membantu penulis agar dapat menyelesaikan skripsi.
10. Kepada teman-teman terdekara saya alm. Gerry, Asrob, Glen, Payet, Rocky, Rudi, Raja, dan Gustik yang selalu setia menemani dan menjadi support system juga banyak membantu penulis dari awal perkuliahan hingga dalam penyelesaian tugas akhir perkuliahan ini.
11. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Aisyah yang telah menemani sekaligus menjadi penyemangat serta pendengar yang baik dan banyak membantu penulis agar dapat menyelesaikan skripsi.
12. Teman-teman Agribisnis angkatan 2017 yang juga banyak membantu penulis dari awal perkuliahan hingga dalam penyusunan tugas akhir kuliah ini.
13. Kepada seluruh responden pada pengunjung Coffee Shop Kopi Dari Hati yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk dilakukan wawancara dalam pengambilan data penelitian.
14. Seluruh pihak yang telah berkontribusi yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, semoga Allah Swt. membalas semua kebaikan kalian.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih banyak terdapat kekurangan, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak dalam rangka penyempurnaan tulisan ini dimasa yang akan datang. Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Palembang, Maret 2023

Roynaldo Kurniawan

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Kegunaan Penelitian.....	3
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
2.1. Tinjauan Pustaka	5
2.1.1. Konsepsi Kopi	5
2.1.2. Konsepsi <i>Coffe Shop</i>	6
2.1.3. Konsepsi Konsumen.....	8
2.1.4. Konsepsi Pengambilan Keputusan	11
2.1.5. Konsepsi Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.6. Konsepsi Bauran Pemasaran	15
2.2. Model Pendekatan	19
2.3. Hipotesis.....	20
2.4. Batasan Operasional	21
BAB 3. PELAKSANAAN PENELITIAN.....	23
3.1. Tempat dan Waktu	23
3.2. Metode Penelitian.....	23
3.3. Metode Penarikan Contoh.....	23
3.4. Metode Pengumpulan Data	24
3.5. Metode Pengolahan Data.....	24
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	30
4.1. Keadaan Umum Tempat Penelitian.....	30

	Halaman
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi	30
4.1.2. Keadaan Geografi dan Topografi	31
4.1.3. Keadaan Cuaca dan Iklim	31
4.2. Keadaan Umum Coffe Shop Kopi Dari Hati Palembang.....	32
4.2.1. Sejarah Coffe Shop Kopi Dari Hati Palembang.....	32
4.3. Analisis Karakteristik dan Keputusan Konsumen Coffe Shop Kopi Dari Hati Palembang	33
4.3.1. Karakteristik Konsumen.....	33
4.3.2. Analisis Keputusan Konsumen Coffe Shop Kopi Dari Hati	36
4.3.3. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Coffe Shop Kopi Dari Hati.....	40
4.3.4. Indeks Kepuasan Konsumen	42
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1. Kesimpulan.....	51
5.2. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Diagram Model Pendekatan secara diagramatik.....	19
Gambar 3.1. Diagram Kartesius Important Performance Analysis.....	28
Gambar 4.1. Diagram Kartesius IPA Kopi Dari Hati	45

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen.....	9
Tabel 3.1. Interpretasi <i>Customer Satisfaction Index</i>	26
Tabel 3.2. Skor Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan.....	27
Tabel 4.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	33
Tabel 4.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan	35
Tabel 4.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan.....	35
Tabel 4.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan	36
Tabel 4.6. Motivasi Konsumen untuk Berkunjung	37
Tabel 4.7. Sumber Informasi Bagi Konsumen.....	37
Tabel 4.8. Evaluasi Alternatif oleh Konsumen	38
Tabel 4.9. Keputusan Pembelian oleh Konsumen	39
Tabel 4.10. Pasca Pembelian oleh Konsumen	40
Tabel 4.11. Atribut Coffee Shop berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan	41
Tabel 4.12. Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	43
Tabel 4.13. Nilai Rata- Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja....	44

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Peta Wilayah Administrasi Kota Palembang.....	56
Lampiran 2. Karakteristik Konsumen Di Coffe Shop Dari Hati.....	57
Lampiran 3. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen di Coffe Shop Kopi Dari Hati	59
Lampiran 4. Tingkat Kinerja Coffe Shop Kopi Dari Hati	61
Lampiran 5. Tingkat Kepentingan Coffe Shop Kopi Dari Hati	63
Lampiran 6. Dokumentasi Foto-Foto Penelitian.....	65
Lampiran 7. Dokumentasi Foto-Foto Penelitian.....	66
Lampiran 8. Dokumentasi Foto-Foto Penelitian.....	67
Lampiran 9. Dokumentasi Foto-Foto Penelitian.....	68
Lampiran 10. Dokumentasi Foto-Foto Penelitian.....	69

RIODATA

Nama/NIM : Roynaldo Kurniawan/05011381722159
Tempat/tanggal lahir : Muaradua/22 Juni 2000
Tanggal Lulus :
Fakultas : Pertanian
Judul : Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop
Kopi Dari Hati Di Kota Palembang Serta
Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran
Dosen Pembimbing Skripsi : Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si
Pembimbing Akademik : Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si

Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Kopi Dari Hati Di Kota Palembang Serta Implikasinya Terhadap Bauran Pemasaran

*Analysis of Consumer Satisfaction Coffee Shop Kopi Dari Hati in Palembang City
and Its Implications for the Marketing Mix*

Roynaldo Kurniawan¹, Elisa Wildayana²

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sriwijaya, Jl.
Palembang-Prubumulih Km 32 Indralaya Ogan Ilir 30662

Abstract

Research objectives, (1) To analyze the characteristics and purchasing decisions of consumers at Coffee Shop Kopi Dari Hati (2) To analyze the level of consumer satisfaction relative to Coffee Shop Kopi Dari Hati (3) To analyze the implications of customer satisfaction on the marketing mix strategy. This research was conducted at a coffee shop which has several branches that are widespread in the city of Palembang. Precisely at the Coffee Shop Coffee from the heart. Coffee from the heart has a parent branch otherwise known as Kopi dari hati and Toast Palembang which is located on Jl. Kartini, Ant Talang, Kec. Small Hill of Palembang City. This research was carried out in December 2022 until it was completed. The data collected in this study are in the form of primary data and secondary data. The method used is descriptive analysis, Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) involving 30 respondents. Data collection was carried out in November 2022. The CSI was

¹ Mahasiswa

² Dosen Pembimbing

Pembimbing,



Prof. Dr. Ir. Elisa Wildayana, M.Si
NIP. 196104261987032007



Indralaya, Maret 2023
Ketua Jurusan
Agribisnis Ekonomi Pertanian

Dr. Dessy Adriani, S.P., M.Si
NIP. 197412262001122001

Dipindai dengan CamScanner

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kopi merupakan salah satu minuman yang mendunia. Sejalan dengan perkembangan zaman atau gaya hidup maka kebiasaan mengkonsumsi kopi setiap harinya berubah. Pada zaman dulu masyarakat biasanya mengonsumsi kopi hanya pada pagi dan malam hari, tetapi sekarang masyarakat dapat minum kopi kapan saja sehingga terjadi peningkatan konsumsi kopi. Minuman ini sangat banyak digemari baik dari kalangan remaja hingga dewasa (Tanwijaya dkk, 2018).

Tanaman kopi (*Coffeespp.*) merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan yang dikembangkan di Indonesia karena mempunyai nilai ekonomis yang relative tinggi di pasaran dunia. Kopi memiliki potensi untuk dikembangkan karena terjadi peningkatan kebutuhan terhadap kopi baik didalam maupun luar negeri (Afriliana, 2018). Hal ini didukung oleh pendapat Kasali (2008), seorang pakar dibidang pemasaran berkata, “Ngopi kini bukan lagi sekedar untuk menghilangkan kantuk, tapi sebagai bagian dari gaya hidup, dimana coffee shop atau kedai kopi menjadi tempat nongkrong yang amat diminati”. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter orang Indonesia yang suka berkumpul.

Di *Coffee Shop* Indonesia, biasa disebut warung kopi atau kedai kopi. *Coffee Shop* mulai hadir ditengah-tengah kita, mulai dari pelosok desa, hingga dipusat perkotaan. Kemunculan berbagai *Coffee Shop* membuat konsumen memiliki pilihan yang banyak terhadap *Coffee Shop* yang ada. Sehingga akan ada sebuah ketertarikan konsumen terhadap sebuah *Coffee Shop*. Dalam menganalisis perilaku konsumen, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.(Widya, 2019).

Budaya minum kopi saat ini merupakan suatu trend baru yang muncul diberbagai kalangan masyarakat. Meningkatnya permintaan akan kopi, memancing munculnya berbagai brand, cafe dan coffee shop di kota-kota besar. Meskipun banyak brand yang bemunculan namun pasar yang dituju berbeda-beda. Dalam hal ini budaya konsumsi kopi ini biasanya dilakukan masyarakat di *Coffee Shop* di kota-kota besar, dan di kedai atau warung kopi pada masyarakat desa ataupun

kota-kota kecil (Kurniawan,2017).

Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi penghasil kopi terbesar kedua di Sumatera. Tepatnya di sebuah daerah penghasil kopi jenis robusta di Dataran Tinggi Besemah yang mencakup beberapa kabupaten, seperti Lahat, Muara Enim, Pagar Alam, dan Empat Lawang. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Perkebunan, dari 250.212 hektar perkebunan kopi inilah terhimpun sebesar 191.081 ton atau setara 25% dari keseluruhan produksi kopi nasional pada tahun 2020.

Pengusahaan kopi di Sumatera Selatan seluruhnya diusahakan oleh rakyat, dengan jumlah petani sekitar 205.075 petani. Kelompok petani kopi ini mayoritas lebih suka menjual dalam bentuk bahan baku (hulu) yaitu biji kering (coffee beans) sebagai komoditas ekspor dibandingkan melakukan pengolahan lanjutan (hilir) (BappedaSumsel, 2016).

Kopi dari Hati adalah brand kopi yang terkenal sebab *franchise-nya* bisa ditemukan di seluruh kota besar di Indonesia. Brand satu ini memang mengusung konsep bisnis kemitraan (*franchise*) seperti pendahulunya, yakni Foodpedia dan Pasta Kangen. Kopi dari Hati turut mendukung *life style* ngopi masyarakat dengan menghadirkan kopi tanpa pengawet, sehingga cocok dinikmati anak muda maupun orang tua. Kopi dari Hati menggunakan kopi lokal yang dibeli langsung dari petani terbaik Indonesia. Biji kopinya memiliki aroma khas tersendiri, yaitu *smoky* dari kacang-kacangan, wangi buah, bunga, dan sedikit herbal. Tingkat keasaman kopinya juga kuat sehingga menciptakan kesegaran kopi yang tertinggal lama dimulut setelah diminum. Kini Kopi dari Hati telah tersebar di 115 kota di seluruh Indonesia dengan jumlah 525 outle.

Seiring berjalannya waktu, ditahun 2018–2019 peningkatan jumlah *Coffee Shop* di Kota Palembang tumbuh begitu pesat. Semakin banyak *Coffee Shop* yang menawarkan fasilitas dan tempat yang lebih modern serta variasi menu yang lebih banyak. Hal ini menandakan persaingan bisnis yang ketat. Oleh karena itu, pihak pengelola *Coffee Shop* Kopi Dari Hati perlu memahami perilaku konsumen dan mengenali kebutuhan serta keinginan konsumen saat ini dan dikemudian hari. Hal tersebut menjadi sesuatu yang penting untuk diketahui pihak pengelola agar dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dikemukakan pada latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik dan keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Kopi Dari Hati?
2. Bagaimana tingkat kepuasan relative konsumen terhadap Coffee Shop Kopi Dari Hati?
3. Bagaimana implikasi dari kepuasan konsumen terhadap strategi bauran pemasaran?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik dan keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Kopi Dari Hati.
2. Menganalisis tingkat kepuasan relative konsumen terhadap Coffee Shop Kopi Dari Hati.
3. Menganalisis implikasi dari kepuasan konsumen terhadap strategi bauran pemasaran.

1.4. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan terhadap berbagai pihak, adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi masyarakat, sebagai bahan informasi bagi pemilik *Coffee Shop* untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap strategi bauran pemasaran *Coffee Shop* dan sebagai referensi terhadap konsumen untuk memilih *Coffee Shop*.
2. Bagi pemerintah, sebagai masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan terkait dengan kepuasan konsumen dan *Coffee Shop*.
3. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti serta salah satu prasyarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana.

4. Peneliti lain, sebagai sumber informasi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang kepuasan konsumen dan *Coffee Shop*.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, D. A dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Skripsi. Malang: Universitas Brawijaya.
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. 2020. *Jurnal Konsumsi Kopi Indonesia*. 9(1): 3-4
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran, PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta Bogor*. Skripsi. Universitas Pakuan Bogor.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan 2020. *Luas lahan Produksi Tanaman Kopi Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Selatan*. BPS, Sumatera Selatan.
- Dionisius Apecilus Nggaur. 2018. Pengaruh Harga, Suasana Cafe, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variable Moderator. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Diwanggoro, Elan. 2016. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Kopi dan Kualitas Pelayanan di Kafe Kopi Garasi Candi Winangun Ngaglik Sleman Yogyakarta. Fakultas Teknik. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta Ghalia Indonesia : Bogor.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran, BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta*. Jurnal Manajemen (2)1: 3-4
- Hanif, Fauzan. 2020. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Pulang Kota Palembang. Skripsi. Palembang: Universitas Sriwijaya.
- Hidayat, Ramon. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Coffe Shop Kelokopi Dengan SWOT Analysis Dan Boston Consukting Group (BCG). Skripsi. Batusangkar : IAIN Batusangkar.
- Indahingwati, Asma. 2019. *Kepuasan Konsumen*. CV Jakad Publishing: Surabaya International Coffee Organization (ICO). 2021. ICO Annual Review 2019- 2020. International Coffee Organization. London.
- Jannisah Dwi Rahhadiski, 2020. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen CoffeeShop Koplo di Jakarta Utara. Jakarta Utara. Skripsi. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Kualitas Minuman Kopi Arabika di Otten Coffee. Medan. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Lini, saru. 2016. Sistem Pemasaran Kopi Bubuk Robusta di Desa Pulau Panggung Kecamatan Semendo Darat Laut Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- M. Nur Rianto Al Arif. 2015. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Alfabeta: Bandung.

- Maulana, Muhammad Akhsan. 2017. Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Taman Kopi di Kota Serang serta Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran. Departemen Agribisnis. Skripsi. Institut Pertanian Bogor: Kota Bogor.
- Risanto, Yusuf. 2020. Analisis Strategi Bersaing Dalam Persaingan Cafe Di Kota Malang. Malang. Skripsi. Universitas Brawijaya Malang.
- Selang, Christian. 2013. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Sam Ratulangi : Manado.
- Soni Supriatna, Mimin Aminah. 2014. *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak*. Jurnal Manajemen dan Organisasi. 6(1) 1-2
- Strategi Bisnis Era New Normal Pada Kedai Kopi Di Surabaya*. 2020. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis. 2(1) 4-5
- Susanti, Susi. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee RR Pekanbaru. Pekanbaru: Universitas UIR
- Veritya, Valiant. 2020. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Coffee Shop Di Bogor*. Jurnal Strategi Pemasaran. 5(1) 1-2