

**PENGARUH MANAJEMEN PERSEDIAAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI NATSU
COFFEE AGUS SALIM**

***THE INFLUENCE OF INVENTORY MANAGEMENT AND PRODUCT QUALITY
ON CUSTOMER SATISFACTION AT NATSU COFFEE AGUS SALIM***

Rahel Elvilolita Sianipar^{1*}, Dovina Navanti², Dewi Sri Wulandari³

¹Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

²Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

³Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

202210325011@mhs.ubharajaya.ac.id , dovina.navanti@dsn.ubharajaya.ac.id ,
dewi.sri@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract. *This study aims to determine and analyze the influence of inventory management and product quality on customer satisfaction at Natsu Coffee Agus Salim, a newly operating Japanese-themed coffee shop in Bekasi. Data were collected through questionnaires distributed to 100 customer respondents selected using a purposive sampling technique, and were analyzed using the Partial Least Square- (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The measurement model evaluation showed that all indicators were valid, with outer loading values above 0.70, Average Variance Extracted (AVE) above 0.50, Cronbach's Alpha above 0.90, and Composite Reliability above 0.90 for all constructs. The structural model results indicate that inventory management has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a path coefficient of 0.291, a T-statistic of 2.263, and a p-value of 0.024. Product quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a path coefficient of 0.318, a T-statistic of 2.673, and a p-value of 0.008. Thus, both hypotheses (H1 and H2) are accepted, and the two variables together (H3) also have a simultaneous significant effect. The R-square value of 0.871 indicates that inventory management and product quality jointly explain 87.1% of the variance in customer satisfaction, categorized as substantial. Effect size (f^2) analysis further shows that both variables contribute a large effect, with product quality ($f^2 = 1.889$) being relatively more dominant than inventory management ($f^2 = 1.347$). These findings imply that consistent raw material availability and stable product quality are strategic priorities for coffee shop management seeking to strengthen customer satisfaction and competitiveness.*

Keywords: *Customer Satisfaction; Inventory Management; PLS-SEM; Product Quality; SmartPLS*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh manajemen persediaan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Natsu Coffee Agus Salim, sebuah kedai kopi bertema Jepang yang baru beroperasi di Bekasi. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pelanggan dengan teknik purposive sampling, kemudian dianalisis menggunakan metode Partial Least Square (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil evaluasi model pengukuran menunjukkan bahwa seluruh indikator valid, dengan nilai outer loading di atas 0,70, Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50, Cronbach's Alpha di atas 0,90, serta Composite Reliability di atas 0,90 pada seluruh konstruk. Hasil model struktural menunjukkan bahwa manajemen persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien jalur sebesar 0,291, T-statistik 2,263, dan p-value 0,024. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien jalur sebesar 0,318, T-statistik 2,673, dan p-value 0,008. Dengan demikian, kedua hipotesis (H1 dan H2) diterima, dan pengaruh simultan keduanya (H3) juga signifikan. Nilai R-Square sebesar 0,871 menunjukkan bahwa manajemen persediaan dan kualitas produk secara bersama-sama mampu menjelaskan 87,1% variasi kepuasan pelanggan, yang tergolong substansial. Analisis effect size (f^2) menunjukkan bahwa kedua variabel memberikan kontribusi besar, dengan kualitas produk ($f^2 = 1,889$) relatif lebih dominan dibandingkan manajemen persediaan ($f^2 = 1,347$). Temuan ini mengimplikasikan bahwa ketersediaan bahan baku yang konsisten dan kualitas produk yang stabil menjadi prioritas strategis bagi manajemen coffee shop dalam memperkuat kepuasan pelanggan dan daya saing usaha.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas Produk; Manajemen Persediaan; PLS-SEM; SmartPLS

1. LATAR BELAKANG

Industri food and beverage (F&B) di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup baik dan tetap menjadi salah satu sektor paling aktif dalam perekonomian nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, jumlah usaha penyediaan makanan dan minuman pada tahun 2023 mencapai 4,85 juta usaha, naik sekitar 21,13 persen dibandingkan tahun 2016, mampu menyerap sekitar 9,80 juta tenaga kerja, dan menghasilkan nilai penjualan sebesar Rp998,37 triliun. Hingga triwulan III tahun 2024, lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum tumbuh sebesar 9,29 persen, menjadikannya salah satu sektor dengan pertumbuhan tertinggi.

Salah satu usaha yang berkembang pesat dalam sektor F&B adalah bisnis kedai kopi kekinian. Kopi merupakan salah satu komoditas penting yang berperan dalam perekonomian lebih dari 70 negara berkembang serta menciptakan jutaan lapangan kerja di seluruh dunia (Aulia, 2024). Perkembangan bisnis kedai kopi turut terjadi di Kota Bekasi yang mengalami pertumbuhan ekonomi cukup pesat, sehingga mendorong tingginya tingkat persaingan antarpelaku usaha kuliner, termasuk di kawasan Jalan KH. Agus Salim yang saat ini dihuni oleh sedikitnya sepuluh coffee shop. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu menciptakan keunggulan kompetitif melalui peningkatan kualitas produk dan pengelolaan operasional yang efektif guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Natsu Coffee Agus Salim merupakan salah satu gerai dari jaringan Natsu Coffee yang mengusung konsep kedai kopi bertema Jepang, resmi beroperasi sejak 18 Oktober 2025. Sebagai gerai yang relatif baru, Natsu Coffee Agus Salim menghadapi tantangan membangun basis pelanggan di tengah persaingan dengan coffee shop lain yang telah lebih dahulu berdiri di kawasan tersebut. Dalam upaya menarik pelanggan, gerai ini secara aktif menghadirkan variasi menu baru, seperti paket Natsu World Cup New Package. Namun demikian, semakin beragamnya varian produk menuntut pengelolaan persediaan bahan baku yang efektif agar tidak terjadi keterlambatan maupun kekosongan stok yang dapat mengganggu pelayanan, sementara kualitas produk yang konsisten tetap menjadi faktor penentu utama persepsi pelanggan.

Berdasarkan kondisi tersebut, manajemen persediaan dan kualitas produk menjadi dua faktor operasional yang penting untuk diteliti karena keduanya diduga memiliki hubungan erat dengan kepuasan pelanggan pada usaha yang baru beroperasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh manajemen persediaan dan kualitas produk, baik secara parsial maupun simultan, terhadap kepuasan pelanggan di Natsu Coffee Agus Salim, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mempertahankan daya saingnya.

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen operasional merupakan serangkaian aktivitas yang menciptakan nilai dalam bentuk barang dan jasa melalui pengubahan input menjadi output (Stevenson, 2021), yang di dalamnya mencakup pengelolaan persediaan sebagai salah satu fungsi utama. Manajemen persediaan (X1) didefinisikan sebagai serangkaian kebijakan dalam mengelola persediaan bahan baku agar selalu tersedia dalam jumlah, waktu, dan kondisi yang tepat (Heizer, Render, & Munson, 2020), dengan indikator meliputi ketersediaan bahan baku, ketepatan pengelolaan stok, kecepatan pemesanan ulang (reorder point), konsistensi pasokan dari pemasok, serta minimalisasi pemborosan (waste control).

Kualitas produk (X2) merupakan kemampuan produk dalam menjalankan perannya dan bertahan sesuai masa pakai yang diharapkan, mudah digunakan, dan dapat diperbaiki apabila mengalami kerusakan yang wajar (Sobari & Gunawan, 2021), dengan indikator ciri-ciri produk, kesesuaian dengan spesifikasi, ketahanan, kehandalan, dan desain. Menurut Kotler & Keller, (2022), dalam Dovina Navanti, (2024)Kepuasan pelanggan (Y) diartikan sebagai tingkat perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan kinerja produk dan layanan dengan harapan yang terbentuk sebelumnya, diukur melalui kesesuaian produk dengan harapan, kesediaan merekomendasikan, niat pembelian ulang, dan kepuasan secara keseluruhan.

Penelitian Ismayanty dkk. (2021) pada usaha kuliner di Jawa Barat menemukan bahwa efektivitas manajemen persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Daffa dkk. (2026) menyatakan bahwa kekosongan stok (stockout) merupakan salah satu penyebab utama ketidakpuasan pelanggan pada industri food and beverage. Di sisi lain, Azis dan Aswan (2023) serta Anggita dkk. (2020) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan pada usaha kuliner dan coffee shop. Penelitian Dinda Mustika dkk. (2025) turut menegaskan bahwa manajemen persediaan dan kualitas produk merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam membentuk pengalaman pelanggan secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian teoritis dan hasil-hasil penelitian terdahulu tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut: H1: manajemen persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Natsu Coffee Agus Salim; H2: kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Natsu Coffee Agus Salim; dan H3: manajemen persediaan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Natsu Coffee Agus Salim.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara manajemen persediaan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Populasi penelitian mencakup seluruh individu yang pernah berkunjung dan bertransaksi di Natsu Coffee Agus Salim. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan metode purposive sampling, dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun dan telah melakukan pembelian di Natsu Coffee Agus Salim minimal dua kali. Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pedoman Hair et al. untuk PLS-SEM, yaitu 5–10 kali jumlah indikator (14 indikator), sehingga ditetapkan sebanyak 100 responden.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarakan secara daring melalui Google Form pada bulan Juni 2026, menggunakan skala Likert 1–5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju). Data dianalisis menggunakan metode Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS versi 4.0. Evaluasi model pengukuran (outer model) mencakup validitas konvergen (outer loading $> 0,70$ dan AVE $> 0,50$), validitas diskriminan (cross loading), dan reliabilitas konsistensi internal (Composite Reliability dan Cronbach's Alpha $> 0,70$). Evaluasi model struktural (inner model) mencakup koefisien determinasi (R^2), effect size (f^2), dan path coefficient. Pengujian hipotesis dilakukan melalui teknik bootstrapping non-parametrik dengan 5.000 subsampel, dengan kriteria hipotesis diterima apabila T-statistik $> 1,96$ dan p-value $< 0,05$.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Responden dan Objek Penelitian

Natsu Coffee Agus Salim merupakan salah satu gerai dari jaringan Natsu Coffee di bawah naungan OTOPIA Group, berlokasi di Jl. KH. Agus Salim Teluk Angsan 26 No.103, Bekasi Jaya, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi, yang resmi diluncurkan pada 18 Oktober 2025. Kuesioner disebarkan kepada 100 responden pelanggan pada bulan Juni 2026. Profil responden secara ringkas disajikan pada Tabel 1.

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	56	56%
	Laki-laki	44	44%
Usia	< 20 tahun	11	11%
	21–30 tahun	74	74%
	30–40 tahun	14	14%
	> 40 tahun	1	1%
Frekuensi Kunjungan	1–2 kali	47	47%
	3–4 kali	43	43%
	> 4 kali	10	10%
Pekerjaan	Mahasiswa	58	58%
	Wirausaha	12	12%
	Pegawai Negeri	3	3%
	Lain-lain	27	27%

Sumber: Data primer diolah peneliti (2026).

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (56%), berusia 21–30 tahun (74%), telah berkunjung sebanyak 1–2 kali (47%), dan berstatus sebagai mahasiswa (58%). Profil ini menunjukkan bahwa segmen utama Natsu Coffee Agus Salim adalah konsumen muda dan produktif yang sesuai dengan target pasar kedai kopi bertema Jepang tersebut.

B. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Hasil pengujian convergent validity menunjukkan bahwa seluruh 28 indikator pada tiga variabel penelitian memiliki nilai outer loading di atas 0,70 (berkisar antara 0,736–0,882), sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Pengujian discriminant validity melalui cross loading juga menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading

tertinggi pada konstruknya sendiri dibandingkan konstruk lain. Hasil AVE, Cronbach's Alpha, dan Composite Reliability disajikan pada Tabel 2.

Variabel	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Manajemen Persediaan (X1)	0.634	0.936	0.940
Kualitas Produk (X2)	0.664	0.943	0.946
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.688	0.935	0.941

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4.0 (2026).

Seluruh nilai AVE berada di atas 0,50, sedangkan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability berada di atas 0,90, jauh melampaui ambang batas minimum 0,70. Dengan demikian, instrumen penelitian pada ketiga variabel dinyatakan valid dan reliabel, sehingga analisis dapat dilanjutkan pada tahap pengujian model struktural.

C. Evaluasi Model Struktural (Inner Model) dan Pengujian Hipotesis

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai R-Square sebesar 0,871 dan R-Square Adjusted sebesar 0,868 untuk variabel Kepuasan Pelanggan, yang menurut kriteria Hair et al. (2022) tergolong substansial karena berada di atas ambang batas 0,75. Nilai tersebut menunjukkan bahwa Manajemen Persediaan dan Kualitas Produk secara bersama-sama mampu menjelaskan 87,1% variasi Kepuasan Pelanggan, sedangkan sisanya 12,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar model, seperti harga, lokasi, atau kualitas pelayanan. Hasil uji effect size (f^2) menunjukkan nilai sebesar 1,347 untuk Manajemen Persediaan dan 1,889 untuk Kualitas Produk, keduanya jauh melampaui ambang batas efek besar ($f^2 = 0,35$), yang mengindikasikan bahwa kedua variabel memberikan kontribusi yang sangat substansial, dengan Kualitas Produk relatif lebih dominan.

Tabel 3. Hasil Path Coefficient dan Pengujian Hipotesis

Hipotesis / Jalur	Koefisien (O)	T-Statistics	P-Values	Keterangan
H1: Manajemen Persediaan → Kepuasan Pelanggan	0.291	2.263	0.024	Diterima
H2: Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan	0.318	2.673	0.008	Diterima
H3: Manajemen Persediaan & Kualitas Produk (simultan) → Kepuasan Pelanggan ($R^2 = 0.871$)	—	—	< 0.05	Diterima

Sumber: Data diolah dengan SmartPLS 4.0, bootstrapping 5.000 subsampel (2026).

Berdasarkan Tabel 3, seluruh nilai T-statistik berada di atas 1,96 dan seluruh p-value berada di bawah 0,05, sehingga ketiga hipotesis penelitian (H1, H2, dan H3) dinyatakan diterima.

D. Pembahasan

Pengaruh Manajemen Persediaan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($\beta = 0,291$; $p = 0,024$). Temuan ini mengindikasikan bahwa ketersediaan bahan baku yang konsisten, ketepatan pengelolaan stok, kecepatan pemesanan ulang, konsistensi pasokan dari pemasok, serta minimalisasi pemborosan yang diterapkan Natsu Coffee Agus Salim mampu menciptakan kelancaran operasional sehingga pelanggan dapat memperoleh produk yang diinginkan tanpa keterlambatan maupun kekosongan stok. Hasil ini sejalan dengan Ismayanty dkk. (2021) yang menemukan bahwa efektivitas manajemen persediaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner, serta memperkuat pandangan Daffa dkk. (2026) bahwa stockout merupakan salah satu penyebab utama ketidakpuasan pelanggan pada industri food and beverage.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Kualitas produk juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ($\beta = 0,318$; $p = 0,008$), dengan effect size tertinggi di antara kedua variabel independen. Temuan ini menegaskan bahwa konsistensi rasa, kesesuaian dengan spesifikasi, ketahanan, kehandalan, serta desain produk yang disajikan Natsu Coffee Agus Salim menjadi faktor utama yang dipersepsikan pelanggan dalam menilai kepuasan mereka, sejalan dengan Azis dan Aswan (2023) serta Anggita dkk. (2020) yang juga menemukan pengaruh positif kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada konteks usaha kuliner dan coffee shop.

Pengaruh Simultan Manajemen Persediaan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai R-Square sebesar 0,871 serta signifikansi kedua jalur pengaruh menunjukkan bahwa manajemen persediaan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, mendukung temuan Dinda Mustika dkk. (2025). Manajemen persediaan yang baik memastikan ketersediaan bahan baku secara konsisten dan tepat waktu, sementara kualitas produk yang terjaga memastikan setiap produk yang sampai ke tangan pelanggan memiliki mutu yang sesuai harapan. Kedua aspek ini saling menopang, sehingga pengelolaan persediaan dan

penjagaan kualitas produk perlu dilakukan secara terintegrasi dan berkesinambungan oleh manajemen Natsu Coffee Agus Salim.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa manajemen persediaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Natsu Coffee Agus Salim, sebagaimana ditunjukkan oleh kelancaran ketersediaan bahan baku yang tidak pernah mengalami kekosongan dalam jangka waktu lama. Kualitas produk juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tercermin dari konsistensi cita rasa kopi yang disajikan pada setiap pembelian. Secara simultan, kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 87,1% variasi kepuasan pelanggan, dengan kualitas produk menunjukkan kontribusi yang relatif lebih dominan dibandingkan manajemen persediaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelanggan Natsu Coffee Agus Salim cenderung lebih sensitif terhadap kualitas produk, meskipun ketersediaan dan pengelolaan persediaan yang baik tetap menjadi faktor pendukung penting yang tidak dapat diabaikan.

Berdasarkan kesimpulan tersebut, pihak manajemen Natsu Coffee Agus Salim disarankan menerapkan sistem pencatatan persediaan yang lebih terstruktur, misalnya melalui aplikasi manajemen stok berbasis digital, menetapkan reorder point yang tepat, serta melakukan pengawasan ketat terhadap kualitas penyimpanan bahan baku yang mudah rusak. Manajemen juga disarankan menetapkan standar resep baku (SOP) untuk setiap varian minuman dan melakukan quality control secara rutin guna menjaga konsistensi rasa, serta secara berkala menggali umpan balik pelanggan melalui survei kepuasan maupun platform ulasan daring.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain hanya dilakukan pada satu objek kedai kopi yang baru beroperasi, jumlah responden yang terbatas pada 100 orang dengan teknik purposive sampling, hanya melibatkan dua variabel independen, serta data yang bersifat self-report pada satu titik waktu, sehingga hasil penelitian ini perlu dimaknai secara hati-hati dan belum tentu dapat digeneralisasikan pada gerai atau coffee shop lain. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga, kualitas pelayanan, promosi, dan suasana tempat (store atmosphere), serta memperluas objek penelitian pada beberapa

coffee shop sejenis dengan jumlah sampel yang lebih besar agar hasil penelitian lebih komprehensif dan dapat dibandingkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi penulis pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyampaikan terima kasih kepada Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. dan Dr. Dewi Sri Wulandari, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing, serta kepada pihak manajemen dan pelanggan Natsu Coffee Agus Salim yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Andriyani, F., & Rizal, A. (2022). Efek mediasi kepuasan pada faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 221–232.
- Anggita, D., Silaen, M., & Simorangkir, N. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada coffee shop di Kota Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(1), 45–56.
- Aulia, Q. R. (2024). Analisis pengembangan usaha kedai kopi: The business plan for Nyctophily Coffee. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 1–15.
- Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Azis, A., & Aswan, K. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kecamatan Lunang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(3), 1203–1217.
- Daffa, R., Forest, D., & XGBoost, S. K. U. P. (2026). Optimasi persediaan berbasis machine learning untuk mengurangi stockout menggunakan algoritma Random Forest dan XGBoost pada SKU prioritas di PT. XYZ. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 5(1), 1–12.
- Dinda Mustika, D., dkk. (2025). Pengaruh manajemen persediaan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Ilmiah*, 2(2), 1066–1081.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2019). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R*. Cham: Springer.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2020). *Operations management: Sustainability and supply chain management* (13th ed.). New York: Pearson Education.
- Ismayanty, E., Sukarela, H., & Sumarti, T. (2021). Pengaruh implementasi total quality management terhadap kepuasan pelanggan pada usaha kuliner di Jawa Barat. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 19(1), 371–385.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). New York: Pearson Education.
- Nazia, S., Fuad, M., & Universitas Samudra. (2023). Peranan statistical quality control (SQC) dalam pengendalian kualitas: Studi literatur. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 125–138.
- Rachmawati, K. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Sambal Galak Grand Wisata di Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 570–577.
- Sobari, N., & Gunawan, A. (2021). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Stevenson, W. J. (2021). *Operations management* (14th ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (19th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Tampubolon, R., & Purba, D. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada coffee shop di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 88–97.
- Tirtayasa, S. (2021). Effect of product quality and service on customer loyalty with customer satisfaction as an intervening variable (study on coffee shop in Medan). *International Journal of Business and Management Invention*, 10(4), 1438–1444.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku konsumen di era digital*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Yafie, A. S. (2024). Kepuasan pelanggan (studi pada pelanggan food and beverage 8 Oz Coffee Studio Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 11–19.
- Yuliarrani, dkk (2024/2025). 2024. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variable Intervening Pada Bank KB Bukopin MT Haryono Jakarta Nendy Yuliarrani Dovina Navanti Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo.” 3(2).