

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK KOPI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI JADE LOUNGE SWISS- BELRESIDENCES KALIBATA JAKARTA**

### ***EFFECT OF QUALITY OF COFFEE PRODUCTS ON CUSTOMER SATISFACTION IN JADE LOUNGE SWISS-BEL RESIDENCES KALIBATA JAKARTA***

**Fristi Bellia Annishia<sup>1</sup>, Muhamad Soekarno Setiawan<sup>2</sup>**

Akademi Pariwisata Pertiwi [fristi.bellia@pertiwi.ac.id](mailto:fristi.bellia@pertiwi.ac.id)  
Diterima 22 Februari 2018 / Disetujui 21 Maret 2018

#### **Abstract**

*This study aims to determine: 1) The influence of the quality of coffee products on consumer satisfaction Jade Lounge Swiss-Belresidences Kalibata Jakarta. This research uses quantitative approach. Data collection method used is questionnaire. The population of this study were all customers who came to Jade Lounge to enjoy coffee products in August 2017. The sample of this study was 76 people (based on the Slovin's formula). The questionnaire that used in this study has been tested for its validity and reliability before being disseminated to the respondents. This study was using Quantitative method. To analyze the data was using one of statistical methods, called as simple linear regression and using T-test to test the hypothesis. The results of this study is the quality of coffee products including one factor that has a positive effect to bring consumers with a significant percentage value. Therefore, the Hypothesis can be accepted, because from the results, obtained that there is significant effect between the quality of coffee products towards to consumer satisfaction.*

**Key words:** *Quality of Coffee Products, Consumer Satisfaction, Lounge, Coffee Products*

#### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh kualitas produk kopi terhadap kepuasan konsumen Jade Lounge Swiss-Belresidences Kalibata Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang ke Jade Lounge untuk menikmati produk kopi di bulan Agustus 2017. Sampel penelitian ini 76 orang (berdasarkan rumus slovin). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum disebarkan ke para responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Untuk menganalisa data, digunakan salah satu metode statistik yaitu regresi linier sederhana, dan untuk Uji hipotesis, digunakan T-test. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk kopi termasuk salah satu faktor yang mempunyai pengaruh positif mendatangkan konsumen dengan nilai persentase yang cukup signifikan. Maka dari itu, hipotesis diterima, karena dari hasil didapatkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk kopi dengan kepuasan pelanggan

**Kata kunci:** *Kualitas Produk Kopi, Kepuasan Konsumen, Lounge, Produk Kopi*

#### **PENDAHULUAN**

Poul Bitsch (President Director Jakarta International Hotels Association), mengatakan kendati ketidakpastian kondisi ekonomi global diprediksi akan terus berlanjut,

akan tetapi salah satu perkembangan bisnis yang akan terus bertambah pesat adalah bisnis industri hotel.

Menurut Sulastiyono (2011:5), hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan

---

\*Korespondensi Penulis:  
E-mail: [fristi.bellia@pertiwi.ac.id](mailto:fristi.bellia@pertiwi.ac.id)

perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus.

Di Jakarta banyak sekali hotel yang menyediakan restoran dan *lounge* dengan menu makanan dan minuman yang variatif, salah satunya adalah Jade Lounge yang terdapat di Swiss-Belresidences Kalibata Jakarta. Jade Lounge termasuk *coffee shop* menengah-keatas yang di peruntukan bagi kalangan mahasiswa hingga pebisnis. Pilihan produk makanan dan minuman, khususnya kopi yang disajikan serta tempat dan suasana yang nyaman.

Guna mendapatkan dan mempertahankan kualitas produknya, khususnya kopi. Jade Lounge menetapkan Standard Operasional Prosedur (SOP), diantara SOP-nya adalah terkait dengan jenis dan jumlah bahan baku, lama proses pembuatan, serta mesin dan peralatan yang digunakan. Jenis kopi yang terdapat di Jade Lounge merupakan paduan dari delapan kopi terbaik varian arabika yang dihasilkan di Indonesia dan luar negeri yang di *roasting* di Indonesia. *Eight Beans 'Gusto Dolce'* adalah *brand* kopi dari italia yang digunakan di Jade Lounge untuk memenuhi kepuasan setiap konsumen, khususnya pecinta kopi.

Menghasilkan produk minuman, khususnya kopi yang berkualitas merupakan suatu tantangan bagi usaha *coffee shop*. Kepuasan pelanggan merupakan target utama pihak hotel, karena pelanggan merupakan aspek yang sangat penting dalam berkembangnya industri perhotelan. Selain itu, produk yang berkualitas juga sangat berdampak terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan.

#### A. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan, kemudian muncul beberapa masalah. Masalah tersebut dapat diidentifikasi antara lain sebagai berikut;

1. Setiap pengunjung Jade Lounge memiliki cara berbeda dalam menikmati kopi.
2. Banyak pengunjung Jade Lounge yang mencari cita rasa/kualitas kopi.
3. Bagi sebagian pengunjung harga menentukan kualitas.

## LANDASAN TEORI

### A. Kualitas Produk Kopi

#### a. Kopi

Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Kopi tidak hanya berperan penting sebagai sumber devisa, melainkan juga merupakan sumber penghasilan bagi tidak kurang dari satu setengah juta jiwa petani kopi di Indonesia. (Rahardjo; 2012). Jenis kopi yang banyak dibudidayakan yakni kopi arabika (*Coffea arabica*) dan robusta (*Coffea canephora*). Sementara itu, ada juga jenis *Coffea liberica* dan *Coffea congensis* yang merupakan perkembangan dari jenis robusta.

Cara pengolahan buah kopi yang dilakukan sesuai standar akan menghasilkan kualitas fisik dan cita rasa biji kopi yang maksimal. Kualitas cita rasa kopi merupakan perpaduan antara kualitas bahan baku serta cara pengolahan buah kopi. (Pudji Raharjo, 2012: 177). Cita rasa kopi sangat bervariasi, dan banyak sekali jenis-jenis kopi di dunia. Setiap negara penghasil kopi memiliki banyak varian dengan karakteristik rasa yang berbeda-beda. Para pakar kopi sering melakukan *cupping test*, dan kemudian mendefinisikan karakter dari masing-masing kopi tersebut. Menurut Muchtadi (2010), Terdapat tiga kategori yang dapat menjadi penentu kualitas produk kopi, yaitu : aroma ( cita rasa), acidity ( kadar keasaman ) dan body ( berat ) .

#### b. Produk

Menurut Buchari Alma (2013:139) Pengertian produk adalah “ seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik toko yang menjual

(pengecer), dan pelayanan pabrik, serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginan”

Sementara Kotler dan Armstrong (2010:248), menyebutkan bahwa Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik perhatian, akuisisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Berdasarkan definisi diatas, maka produk didefinisikan sebagai kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata.

Menurut Tjiptono (2010:104), unsur-unsur yang penting dalam atribut produk diantaranya meliputi merek, kemasan, pemberian label (*labeling*), garansi, harga, dan pelayanan. Berikut ini adalah uraian tentang unsur-unsur atribut produk mengikuti pendapat di atas yaitu: Merek (*brand*), Pengemasan, Pemberian label (*Labeling*), layanan pelengkap, garansi dan harga.

### c. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:283) kualitas produk adalah Kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

Sedangkan menurut *American Society for Quality Control*, kualitas produk adalah “*the totality of features and characteristic of a product or service that bears on its ability to satisfy given needs*”, artinya keseluruhan ciri dan karakter-karakter dari sebuah produk atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat.

Untuk menentukan kualitas produk, menurut Kotler (2010:361) kualitas produk dapat dimasukkan ke

dalam 9 dimensi, yaitu; Bentuk (*Form*), Ciri-ciri produk (*Features*), Kinerja (*Performance*), Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*), Ketahanan (*durability*), Kehandalan (*reliability*), Kemudahan Perbaikan (*repairability*), Gaya (*Style*), Desain (*design*)

### B. Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah sebagai perasaan senang yang diperoleh melalui pengorbanan(KBBI,2017). Sementara Kotler & Keller (2012:150);

“*Satisfaction is a person’s feelings of pleasure or dissatisfaction that result from comparing a product’s perceived performance or outcome to expectations. If the performance falls short of expectations, the outcome is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied or delighted*”. ( Yang berarti bahwa kepuasan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari perbandingan performa produk atau hasil dengan ekspektasi (harapan). Jika performanya kurang dari ekspektasi maka pelanggan akan kecewa dan jika sesuai dengan ekspektasi konsumen akan merasa puas.

Kepuasan pelanggan dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller, 2012), yaitu:Tetap setia; Membeli produk yang ditawarkan; Merekomendasikan produk; Bersedia membayar lebih dan Memberi masukan.

Dalam memahami pengertian kepuasan pelanggan, perlu dicermati beberapa hal yang berkaitan dengan tercapainya kepuasan pelanggan. Untuk dapat memuaskan kebutuhan pelanggan, perusahaan dapat melakukan beberapa tahapan (Zulian Yamit 2013:94) : (a) Mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan; (b) Mengetahui proses

pengambilan keputusan dalam membeli produk; (c) Membangun citra perusahaan dan (d) Membangun kesadaran akan pentingnya kepuasan pelanggan

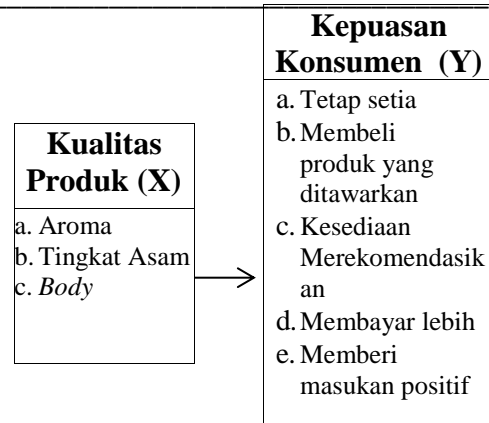
Kotler dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2011:314) mengidentifikasi ada empat model yang dapat di gunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan., yaitu; (1) Sistem Keluhan dan Saran; (2) *Ghost Shopping* ; (3) Analisis Berkurangnya Tamu (*Lost Customer Analysis*); (4) Survei Kepuasan Pelanggan.

### C. Rerangka Pemikiran Penelitian

Cita rasa kopi sangat bervariasi, dan banyak sekali jenis-jenis kopi di dunia. Setiap negara penghasil kopi memiliki banyak varian dengan karakteristik rasa yang berbeda-beda. Terdapat tiga kategori yang dapat menjadi penentu kualitas produk kopi, yaitu aroma, tingkat keasaman, dan *body*.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller (2012) dapat dilihat dari ukuran atau dimensi kepuasan pelanggan yang meliputi tetap setia, membeli produk yang ditawarkan, merekomendasikan produk, bersedia membayar lebih dan memberi masukan/saran.

Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja sesuai dengan harapan maka tamu hotel akan merasa puas yang dapat menjadikan tamu menjadi setia terhadap hotel, membeli apa yang ditawarkan, kemudian tamu akan bersedia merekomendasikan bahkan membayar lebih dari harga yang tertera dan memberikan masukan positif terhadap hotel dengan tujuan untuk mendapatkan lebih dari sekedar puas. Dibawah ini merupakan gambar dari kerangka pemikiran di atas.



### D. Hipotesis

Ha: Kualitas produk kopi (X) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Hotel SwissBell Residences Kalibata Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan restoran SwissBell Residences Kalibata Jakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah merasakan dan menggunakan jasa pelayanan di Restoran *Swiss Bell Residences* Kalibata Jakarta, setelah dilakukan teknik *sampling* menggunakan *simple random sampling*, didapatkan sampel sebanyak 76 orang. Adapun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan menggunakan Regresi linier sederhana untuk teknik analisa datanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Tanggapan Responden

#### 1. Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Jade Lounge

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap kualitas produk kopi, maka perhitungan hasil jawaban mengenai tanggapan responden terhadap kualitas produk kopi tersebut akan disajikan pada tabel di halaman berikut.:

**Tabel 1. Pertanyaan Kuesioner**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Nilai Total	Rata-Rata	Ket
1	Sebagai lounge di hotel bintang 4, kualitas produk kopi dari Jade Lounge terutama dalam hal aromasangat baik bila dibandingkan dengan lounge hotel lain sekitar Kalibata	8	35	31	2	0	277	3.64	B
2.	Aroma kopi yang ada di Jade Lounge sangat khas dibandingkan dengan lounge atau coffee shop lain	5	36	30	5	0	269	3.54	B
3.	Jade Lounge mempunyai kopi yang aromanya membangkitkan gairah/semangat	13	27	36	0	0	281	3.70	B
4	Jade Lounge menggunakan kopi dengan jenis arabika yang dicampur dengan kopi jenis robusta yang menghasilkan rasa asam yang pas	13	28	27	8	0	274	3.61	B
5	Tingkat keasaman yang rendah cocok untuk segala usia	28	33	11	4	0	313	4.12	B
6	Produk kopi di Jade Lounge tidak meninggalkan “berat” di mulut	2	44	23	6	1	268	3.53	B
7	Jade Lounge menjaga kualitas produk kopi dengan memilih varian kopi dengan tingkat “berat” yang rendah	31	27	14	4	0	313	4.12	B
8	Kopi yang ada di jade lounge terasa ringan di mulut	29	26	17	4	0	308	4.05	B
<b>Σ</b>							<b>2303</b>	<b>30.30</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>287.875</b>	<b>3.79</b>	<b>B</b>

Diantara pernyataan-pernyataan yang di sajikan, ada tiga pernyataan yang memiliki nilai rata-rata yang cukup tinggi, yaitu:

- pernyataan kelima (4,12); mengindikasikan bahwa produk kopi yang dihadirkan di Jade Lounge cocok dan baik untuk segala umur konsumen.
- pernyataan ketujuh (4,12); mengindikasikan bahwa varian kopi

yang ada di Jade Lounge memiliki berat yang rendah.

- pernyataan kedelapan (4,05); mengindikasikan bahwa produk kopi yang ada di Jade Lounge merupakan kopi yang smooth di mulut.

## 2. Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Produk Kopi Jade Lounge

Untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen, Perhitungan hasil jawaban mengenai

kepuasan konsumen terhadap kualitas produk kopi tersebut akan disajikan pada tabel di halaman berikut:

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Nilai Total	Rata-Rata	Ket
1	Anda lebih suka memilih Jade Lounge dibanding Lounge atau coffee shop lainnya.	30	32	12	2	0	318	4.18	B
2.	Anda memilih produk yang sama ketika datang ke Jade Lounge	27	21	22	5	1	296	3.89	B
3.	Anda bersedia membeli produk baru yang ada di Jade Lounge	13	30	28	4	1	278	3.66	B
4	Anda tidak ragu untuk merekomendasikan Jade Lounge kepada teman dan keluarga anda	12	32	26	6	0	278	3.66	B
5	Anda bersedia membeli produk mahal di Jade Lounge	2	48	24	2	0	278	3.66	B
6	Anda tidak ragu untuk memberi saran positif ke Jade Lounge	8	43	22	3	0	284	3.74	B
<b>Σ</b>							<b>1732</b>	<b>22.79</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>288.66</b> <b>7</b>	<b>3.80</b>	<b>B</b>

Diantara pernyataan-pernyataan yang di sajikan, ada tiga pernyataan yang memiliki nilai rata-rata yang cukup tinggi, yaitu :

- pernyataan pertama (4,18);); mengindikasikan bahwa konsumen puas dengan memilih jade lounge sebagai tempat menikmati kopi
- pernyataan kedua (3,89);); mengindikasikan bahwa kesetian pelanggan pada produk kopi yang tersedia di jade laounge
- Pernyataan ke enam ( 3,74 ) ; ); mengindikasikan bahwa adanya loyalitas pada pelanggan terhadap jade lounge dengan saran-saran

positif untuk peningkatan kualitas produk kopi di jade lounge.

## B. Analisis Regresi Linier Sederhana

### 1. Uji Koefisien Regresi

Hipotesis yang diduga dalam penelitian ini berkaitan dengan bagaimana pengaruh kualitas produk kopi terhadap kepuasan pelanggan. Untuk menguji hipotesis yang digunakan analisis regresi sederhana. Hasil penghitungan dengan menggunakan alat bantu SPSS V 20 diperoleh koefisien regresi dan nilai konstanta seperti pada tabel berikut:

Tabel 2 .Hasil Uji Koefisien Regresi

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.245	1.606		3.266	.002
	TOTAL PRODUK KOPI	.579	.052	.789	11.050	.000

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUASAN PELANGGAN

Persamaan regresi yang menjelaskan pengaruh kualitas produk kopi terhadap hasil kepuasan pelanggan adalah:  $Y = 5,245 + 0,579 X$

Interpretasi hasil persamaan di atas sebagai berikut :

Nilai konstanta (a) sebesar 5,245 merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Kualitas Produk Kopi (X) maka nilai konsisten Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 5,245. Sedangkan (b) = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,579. Angka ini mengandung arti bahwa setiap ada penambahan/ kenaikan satu satuan skor variable Kualitas Produk Kopi (X), maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,579

## 2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat dan melihat seberapa besar

pengaruh kualitas produk kopi terhadap kepuasan pelanggan. Hipotesis yang dipakai dalam penelitian ini adalah.

H<sub>0</sub>: dengan nilai  $t_{hitung} > 0,05$  artinya kualitas produk kopi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>a</sub>: dengan nilai  $t_{hitung} < 0,05$  artinya kualitas produk kopi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Adapun untuk melakukan uji t dengan tingkat signifikan (a)= 0,05 adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai signifikan t hitung > 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak
- b) Apabila nilai signifikan t hitung < 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima

Tabel 3 Hasil Uji T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.245	1.606		3.266	.002
	TOTAL PRODUK KOPI	.579	.052	.789	11.050	.000

a. Dependent Variable: TOTAL KEPUASAN PELANGGAN

Dari Uji t di atas diperoleh hasil sebagai berikut: Tingkat signifikansi untuk variabel kualitas produk kopi adalah 0,000 yakni lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa kualitas produk kopi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di

jade Lounge Kalibata Jakarta dengan tingkat signifikansi 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif kualitas produk kopi terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa semakin baik kualitas

produk kopi akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang datang ke di Jade Lounge.

### 3. Hasil Uji Korelasional

besarnya persentase pengaruh koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara variabel kualitas produk kopi terhadap variabel

kepuasaan konsumen sebesar 0,623, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 62,3%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel yang lain.

**Tabel 4 Hasil Korelasi  
 Kualitas Produk Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen  
 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 <sup>a</sup>	.623	.618	2.100

a. Predictors: (Constant), TOTAL PRODUK KOPI

## Simpulan Dan Saran

### A. Simpulan

1. Tingkat signifikansi untuk variabel kualitas produk kopi adalah 0,000 yakni lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa kualitas produk kopi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Jade Lounge Kalibata Jakarta
2. Nilai konstanta (a) sebesar 5,245 merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Kualitas Produk Kopi (X) maka nilai konsisten Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 5,245. Sedangkan (b) = angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0,579. Angka ini mengandung arti bahwa setiap ada penambahan/ kenaikan satu satuan skor variable Kualitas Produk Kopi (X), maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan meningkat sebesar 0,579
3. Besarnya pengaruh kualitas produk kopi terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,623 atau 62,3%, artinya bahwa kedatangan konsumen ke Jade Lounge sebesar 62,3% dipengaruhi oleh kualitas produk kopi, yang tersedia di Jade Lounge, sedangkan 37,7% kedatangan konsumen ke Jade

Lounge dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

### B. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan dari hasil penelitian, maka peneliti ingin menyampaikan saran baik bagi pihak Hotel maupun penelitian selanjutnya.

1. Untuk Hotel:
  - a. Berdasarkan hasil penelitian kualitas produk kopi memberikan pengaruh positif sebesar 62,3% terhadap kepuasan konsumen, maka penulis memberikan saran kepada Jade Lounge untuk lebih meningkatkan kualitas produk kopi yang lebih baik yang mampu memenuhi harapan konsumen di Jade Lounge guna untuk meningkatkan kepuasan konsumen.
  - b. Meningkatkan mutu kualitas produk kopi yang ada/disediakan di Jade Lounge, karena kualitas produk kopi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi orang untuk datang/berkunjung ke Jade Lounge Swiss-Belresidences Kalibata Jakarta.
  - c. Swiss-Belresidences Kalibata Jakarta, khususnya Jade Lounge harus berupaya mencari tahu 37,7% faktor-faktor yang mempengaruhi orang untuk datang ke Jade Lounge. Untuk penelitian selanjutnya, bisa dengan menambahkan variable
2. Untuk Penelitian Selanjutnya



Adapun saran yang perlu diperhatikan untuk penelitian selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang kualitas kopi, adalah:

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan kualitas kopi, maupun kepuasan konsumen agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data dengan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Selain itu, peneelitan selanjutnya juga diharapkan melakukan wawancara dengan sumber yang kompeten mengenai kualitas kopi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2013. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta,cv.
- Darmadi, Hamid. 2013. Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial. Bandung: Alfabeta.
- Dr. Riduwan, M.B.A., 2010. Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2010. *Principle Of Marketing, 13<sup>th</sup> edition. United States of America*: Pearson.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2011). *10th Edition. "Marketing an Introduction"*. Indonesia: Pearson.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Principle of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall International,
- Kotler, Philip & Keller. 2012. *Marketing Management, 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Muchtadi, 2010.. Ilmu Pengetahuan Bahan Pangan. 2010. Bogor: Alfabeta CV
- Rahardjo, Pudji. 2012. KOPI Panduan Budi Daya dan Pengolahan Kopi Arabika dan Robusta. Jakarta: Penebar Swadaya
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hambadi, 2011. Manajemen Pemasaran Jasa edisi 2: Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2013, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, Bandung: Alfabeta.
- Sulastiyono, Agus. 2011. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi: Alfabeta,cv.
- Sunyoto, Suyanto 2011. Analisis Regresi untuk Uji Hipotesis, Yogyakarta. Caps.
- Tjiptono, Fandy. 2010, Strategi Pemasaran, Edisi 2, Yogyakarta: Andi Offset, cv.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. Service, Quality and Satisfaction, Edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset, cv.
- Tjiptono, Fandy, 2012 pemasaran jasa, Yogyakarta: Andi Offset, cv.
- Zulian Yamit. 2013. Manajemen Kualitas Produk & Jasa. Yogyakarta: Ekonisia
- <https://mlgcoffee.com/2014/09/19/definisi-kopi-dan-sejarah-penyebaran-kopi-di-dunia/> (diakses tanggal 15 Juni 2017)
- <http://gaeki.or.id/areal-dan-produksi/> (diakses tanggal 15 Juni 2017)
- (<http://www.coffeeresearch.org/>) (diakses tanggal 8 Juli 2017)

(<http://www.aeki-aice.org/>)/ (diakses tanggal 8  
Juli 2017)

(<http://www.bbpp-lembang.info/>)/ (diakses  
tanggal 8 Juli 2017).