



Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen pada Bagoes Cafe Kota Padang

Fadila Fajriana^{1*}, Endang Sutrisna²

¹ Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau, Indonesia

² Dosen Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Riau, Indonesia

JL. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru, Indonesia

Kode Pos 28293 | Telp/Fax. 0761-63277

Korespondensi penulis: fadila.fajriana2646@student.unri.ac.id

Abstract. *Competition in the increasingly fierce culinary industry encourages business people to increase competitive advantage. Therefore, this study aims to determine the effect of product quality on consumer loyalty, to determine the effect of product quality on consumer satisfaction, to determine the effect of consumer satisfaction on consumer loyalty, and to determine the effect of product quality on consumer loyalty through consumer satisfaction at Bagoes Cafe Padang City. This research uses quantitative research methods. The sampling technique used was Accidental Sampling with a sample size of 94 people. The results of this study indicate that product quality has a significant effect directly on consumer loyalty, product quality has a significant effect directly on consumer satisfaction, consumer satisfaction has a significant effect directly on consumer loyalty, and product quality has a significant effect indirectly on consumer loyalty through consumer satisfaction.*

Keywords: *Consumer Satisfaction, Product Quality, Consumer Loyalty*

Abstrak. Persaingan dalam industri kuliner yang semakin ketat mendorong pebisnis untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Pada Bagoes Cafe Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni *Accidental Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 94 orang. Data yang didapatkan dianalisis dengan *software SmartPLS 4*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen, kualitas produk berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan konsumen, kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen, dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen

1. LATAR BELAKANG

Industri kuliner terus berkembang tanpa henti karena makanan dan minuman adalah kebutuhan dasar manusia yang harus dipenuhi. Gabungan produsen makanan dan minuman Indonesia (GAPMMI) memprediksi industri makanan dan minuman tumbuh dari 7% hingga 10% pada tahun 2024. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Agam, Kecamatan Tanjung Raya menempati posisi ketiga dalam jumlah tempat makan dengan 24 unit setelah Kecamatan Lubuk Basung dan Kecamatan Tanjung Mutiara. Bagoes Cafe merupakan salah satu cafe yang terletak di Kecamatan Tanjung Raya, di tepi Danau Maninjau.

Jumlah konsumen Bagoes Cafe pada tahun 2023 mencapai 100% dari target yang ditetapkan, namun penjualan hanya mencapai 70% dari yang ditetapkan. Hal ini dikarenakan rata-rata pembelian per konsumen lebih rendah dari yang diharapkan. Konsumen Bagoes cafe melakukan transaksi pembelian dalam jumlah kecil. Kondisi ini berdampak pada pendapatan dan loyalitas konsumen Bagoes cafe. Oleh karena itu diperlukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk digunakan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha Bagoes cafe.

Beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dalam penelitian (Juniarti et al., 2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Bento Kopi)” menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. Namun berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pramesti & Chasanah, 2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” menemukan bahwa kepuasan konsumen tidak memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Perbedaan penelitian tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti kembali Pengaruh antara Kualitas Produk, Loyalitas, dan Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen, mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen, dan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Pada Bagoes Cafe Kota Padang.

2. KAJIAN TEORITIS

Pemasaran

Menurut Kotler & Armstrong (2001) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Menurut Basu dan Handoko dalam (Danang Sunyoto, 2015) pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide, kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi, sedangkan menjual

adalah ilmu dan seni memengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Kualitas Produk

Kualitas produk menurut (Kotler dan Armstrong, 2001) merupakan salah satu alat utama untuk *positioning* menetapkan posisi bagi pemasar. Dalam mengembangkan suatu produk pemasar harus memilih tingkat kualitas produk yang baik agar mendukung posisi produk di pasar yang sama. Kualitas produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Menurut (Tjiptono, 2013) kualitas produk adalah usaha memenuhi atau melebihi harapan konsumen dimana kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan. Pengukuran variabel Kualitas produk menggunakan dimensi dari Qin dalam (Rizka & Sirait, 2024) kualitas produk pada bidang *food and beverage* yaitu: Kesegaran (*Freshness*), Penyajian (*presentation*), Kematangan (*Well Cooked*), dan Variasi menu (*Variety Of Food*).

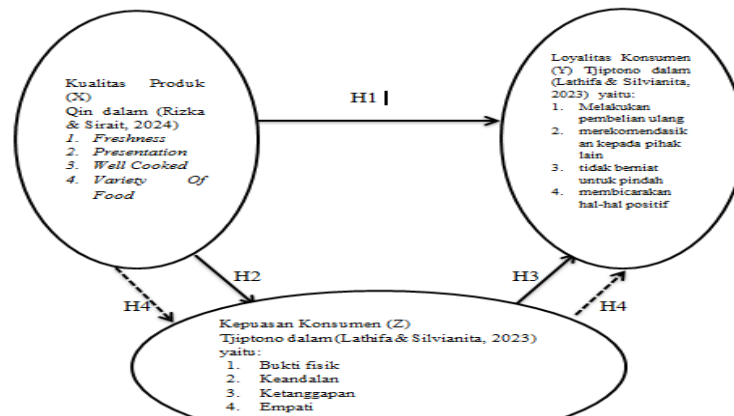
Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller dalam (Juniarti et al., 2022) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang diberikan dengan ekspektasi mereka. Kepuasan konsumen dalam penelitian ini menggunakan dimensi dari Tjiptono dalam (Lathifa & Silvianita, 2023) yaitu: Bukti fisik, Keandalan, Ketanggapan, dan Empati.

Loyalitas Konsumen

Menurut Kotler dan Keller dalam (Saridewi & Nugroho, 2022) loyalitas adalah sikap berkomitmen yang dimiliki agar melakukan pembelian ataupun produk atau jasa yang disukainya pada masa mendatang walaupun pengaruh kondisi serta upaya marketing berpotensi menyebabkan konsumen beralih. Pengukuran variabel loyalitas konsumen menggunakan empat dimensi dari Tjiptono dalam (Lathifa & Silvianita, 2023) yaitu: Melakukan pembelian ulang, merekomendasikan kepada pihak lain, tidak berniat untuk pindah, dan membicarakan hal-hal positif.

Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen

Dalam penelitian (Juniarti et al., 2022) menemukan bahwa setiap perubahan kualitas produk dapat memberikan dampak pada loyalitas konsumen. Semakin tinggi kualitas produk maka loyalitas konsumen juga semakin tinggi, begitu pula sebaliknya. Dalam penelitian (Bali, 2022) menemukan bahwa kualitas produk yang baik akan membuat konsumen bersifat loyal.

H1 : Kualitas produk berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen pada Bagoes Cafe

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Naully & Saryadi, 2021) menemukan bahwa kualitas produk yang baik akan memberikan kesan yang baik di benak konsumen, karena dengan kualitas produk yang baik konsumen merasa harapannya terpenuhi. Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2022) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

H2 : Kualitas produk berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan konsumen pada Bagoes Cafe

Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Retnowati & Asrudi 2024) yang berjudul “*Brand Image Dan Product Quality Terhadap Consumer Loyalty “SKINTIFIC” Melalui Consumer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening*” semakin baik kepuasan yang dirasakan konsumen, semakin meningkat loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Juniarti et al., 2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui

Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Pada Bento Kopi)” menemukan bahwa kepuasan konsumen terhadap suatu produk di satu perusahaan, maka loyalitas konsumen akan terbentuk. Setiap perubahan kepuasan konsumen dapat berdampak pada loyalitas konsumen.

H3 : Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen pada Bagoes Cafe

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Naully & Saryadi, 2021) kepuasan konsumen memediasi kualitas produk terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen memiliki makna dalam menciptakan loyalitas konsumen yang baik. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Dewi et al., 2022) kepuasan pelanggan memediasi kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk dapat mempengaruhi loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan perusahaan, maka tingkat kepuasan konsumen akan semakin tinggi dan semakin tinggi juga tingkat loyalitas konsumen pada perusahaan.

H4 : Kualitas produk berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada Bagoes Cafe.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk pada Bagoes Cafe pada tahun 2023 sebanyak 1.500 orang dengan jumlah sampel sebanyak 94 orang. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, Dengan menerapkan teknik *accidental sampling*. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Terknik analisis data menggunakan statistik deskriptif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan aplikasi *SmartPLS 4*. Adapun terknik analisis yang digunakan yaitu evaluasi *outer model*, evaluasi *inner model*, analisis regresi intervening, dan uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 77 orang. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 17 orang. Jika dilihat dari

pendidikan terakhir responden terbanyak pada tingkat SLTA sebanyak 43 orang, kemudian S1 sebanyak 33 orang, untuk responden SLTP sebanyak 12 orang, dan untuk responden SD sebanyak 6 orang. Dapat disimpulkan bahwa produk yang ditawarkan oleh Bagoes Cafe memiliki daya tarik yang luas, baik dari segi rasa, harga dan suasana yang sesuai untuk berbagai kalangan.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk menyajikan dan menggambarkan data yang telah didapatkan dari jawaban responden terhadap pernyataan masing-masing variabel pada kuesioner yang telah diberikan oleh peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan skala mean atau skala untuk mencari rata-rata dari setiap tanggapan responden..

Kualitas Produk

Rekapitulasi tanggapan responden terhadap semua dimensi dalam variabel kualitas produk dikategorikan baik dengan skor rata-rata 4,02. Hal ini menunjukkan bahwa Bagoes Cafe Kota Padang telah berhasil memberikan produk yang berkualitas pada konsumennya, yang pada akhirnya menghadirkan rasa puas dalam diri konsumen dan mendorong pembelian berulang.

Kepuasan Konsumen

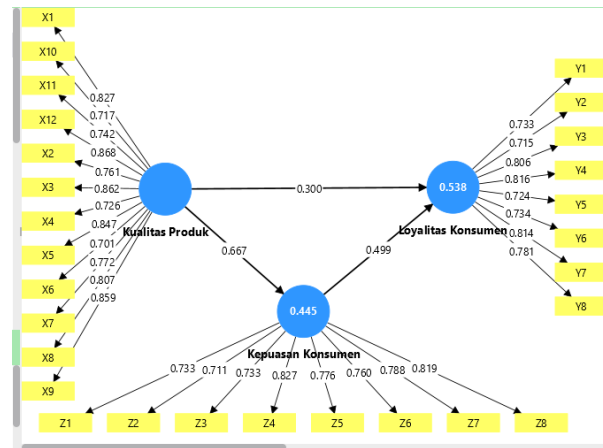
Rekapitulasi tanggapan responden terhadap semua dimensi dalam variabel kepuasan konsumen dikategorikan baik dengan skor rata-rata 4,00. Hal ini menunjukkan bahwa Bagoes Cafe Kota Padang telah berhasil memberikan kepuasan pada konsumen yang berpotensi menghadirkan loyalitas.

Loyalitas Konsdumen

Rekapitulasi tanggapan responden terhadap semua dimensi dalam variabel loyalitas konsumen dikategorikan baik dengan skor rata-rata 3,75. Hal ini menunjukkan bahwa Bagoes Cafe Kota Padang telah berhasil membangun loyalitas konsumen dengan baik, terutama dalam hal pembelian ulang. Pada dimensi tidak berniat untuk pindah, loyalitas konsumen masih tergolong cukup baik dan perlu ditingkatkan agar loyalitas konsumen Bagoes Cafe dapat stabil dan berkelanjutan

Analisis Kuantitatif

Evaluasi Outer Model



Gambar 1 Model Pengukuran Outer Model

Sumber: *Data Olahan SmartPLS4, 2025*

Uji Validitas Konvergen

Berdasarkan tabel 1 indikator variabel X, Y, dan Z dalam memenuhi kriteria validitas konvergen karena semuanya memiliki nilai *loading factor* > 0,7 dan AVE > 0,5. Dapat disimpulkan semua indikator dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Uji Validitas Diskriminan

Dalam Penelitian ini kriteria *Fornell-Larcker Criterion* menunjukkan nilai korelasi antar variabel yang lebih tinggi dibandingkan variabel lainnya. Dalam Penelitian nilai *cross Loading* dapat dikatakan baik jika korelasi antar variabel dengan masing-masing indikator variabel laten lebih besar dari nilai masing-masing indikator variabel laten disampingnya.

Uji Reliabilitas

Dalam Penelitian nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* melebihi 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk dalam model estimasi memenuhi kriteria reliabilitas diskriminan, sehingga model penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

Evaluasi Innerr Model

Uji Koefisien Determinasi (R-square)

Dalam Penelitian nilai R-square variabel loyalitas konsumen sebesar 53,8% dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan loyalitas konsumen. Sedangkan, nilai R-square variabel kepuasan konsumen sebesar 44,5% dipengaruhi oleh variabel kualitas produk

Uji Model Fit

Dalam Penelitian Nilai *Normed Fit Index* (NFI) diperoleh angka 0,546 yang dapat disimpulkan model penelitian ini mendekati kuat. Nilai SRMR sebesar 0,092 nilai tersebut berada dibawah 0,10 namun diatas 0,08 sehingga dapat dikategorikan sebagai marginal fit.

Uji Hipotesis

- Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen dengan nilai original sampel 0.300. T-statistik sebesar 2,998 lebih besar dari 1,986. P-values 0,003. Maka dapat disimpulkan H1 dapat diterima.
- Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan konsumen dengan nilai original sampel 0.667. T -statistik sebesar 10,243 lebih besar dari 1,986. P-values 0,000. Maka dapat disimpulkan H2 dapat diterima.
- Variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas konsumen dengan nilai original sampel 0.499. T -statistik sebesar 4,918 lebih besar dari 1,986. P-values 0,000. Maka dapat disimpulkan H3 dapat diterima.
- Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dengan nilai original sampel 0.333. T -statistik sebesar 4,990 lebih besar dari 1,986. P-values 0,000. Maka dapat disimpulkan H4 dapat diterima

Pembahasan

Kualitas Produk

Kualitas produk yang ditawarkan oleh Bagoes Cafe berada dalam kategori baik. Dimensi kesegaran dan penyajian memperoleh nilai tertinggi dari konsumen yang menunjukkan bahwa makanan yang disajikan tidak hanya baik tetapi juga menarik secara visual. Menu yang ditawarkan juga beragam sesuai dengan selera konsumen. Selain itu, suasana cafe yang mengusung tema vintage classic lengkap dengan lukisan dan sudut baca menjadi daya tarik bagi konsumen.

Kepuasan Konsumen

Konsumen merasa puas dengan pengalaman mereka saat berkunjung ke Bagoes Cafe. Karyawan cafe yang ramah dan mendengar permintaan khusus konsumen membuat konsumen nyaman untuk bersantai di Bagoes Cafe. Dimensi ketanggapan mendapat nilai tertinggi dari konsumen, yang menunjukkan bahwa karyawan cafe dinilai tanggap dalam melayani permintaan konsumen.

Loyalitas Konsumen

Rasa penasaran terhadap cafe baru dan cafe yang sedang populer di media sosial tidak membuat konsumen terikat di satu tempat. Hal ini menunjukkan Bagoes Cafe perlu membangun loyalitas konsumen yang lebih kuat. Bagoes Cafe dapat terus berinovasi dalam hal produk dan strategi pemasaran agar tetap bersaing di pasarnya.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Bagoes Cafe Kota Padang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kurnia & Besra, 2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Variabel Mediasi Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang” menemukan bahwa semakin baik kualitas produk dan kepuasan konsumen maka akan meningkatkan loyalitas konsumen.

H1: Variabel Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Secara Langsung Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen Pada Bagoes Cafe Kota Padang.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Bagoes Cafe Kota Padang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Bali, 2022) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening” menemukan bahwa ada pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan konsumen.

H2 : Variabel Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Secara Langsung Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bagoes Cafe

Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen

Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen pada bagoes Cafe Kota Padang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Pramesti & Chasanah, 2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi” menemukan bahwa semakin tinggi kepuasan konsumen maka semakin tinggi tingkat loyalitas konsumen.

H3 : Variabel Kepuasan Konsumen Berpengaruh Signifikan Secara Langsung Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Bagoes Cafe

Pengaruh Tidak Langsung Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen

Kualitas produk secara tidak langsung berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada bagoes Cafe Kota Padang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Saridewi & Nugroho, 2022) yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi pada Pelanggan Susu Bear Brand di Surabaya” menemukan bahwa kualitas produk membawa pengaruh positif serta signifikan kepada kesetiaan pelanggan melalui kepuasan konsumen.

H4 : Variabel Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Secara Tidak Langsung Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Pada Bagoes Cafe.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- Hasil analisis secara deskriptif antar variabel kualitas produk variabel kualitas produk dikategorikan baik dengan skor rata-rata 4,02. Hal ini menunjukkan bahwa Bagoes Cafe Kota Padang telah berhasil memberikan produk yang berkualitas pada konsumennya, yang pada akhirnya menghadirkan rasa puas dalam diri konsumen dan mendorong pembelian berulang.
- Hasil analisis secara deskriptif antar variabel Kepuasan Konsumen dikategorikan baik dengan skor rata-rata 4,00. Hal ini menunjukkan bahwa Bagoes Cafe Kota Padang telah berhasil memberikan kepuasan pada konsumen yang berpotensi menghadirkan loyalitas.
- Hasil analisis secara deskriptif antar variabel Loyalitas Konsumen dikategorikan baik dengan skor rata-rata 3,75. Hal ini menunjukkan bahwa Bagoes Cafe Kota Padang telah berhasil membangun loyalitas konsumen dengan baik, terutama dalam hal pembelian ulang. Pada dimensi tidak berniat untuk pindah, loyalitas konsumen masih tergolong cukup baik dan perlu ditingkatkan.
- Hasil analisis pada penelitian ini bahwa variabel kualitas produk secara langsung mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.
- Hasil analisis yang diperoleh pada penelitian ini bahwa variabel kualitas produk secara langsung mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Hasil analisis yang diperoleh terhadap variabel kepuasan konsumen secara langsung mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

- Hasil analisis yang diperoleh terhadap variabel kualitas produk secara tidak langsung mempengaruhi mempunyai pengaruh yang signifikan loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Saran

- Bagoes Cafe dapat meningkatkan keandalannya dengan konsistensi dengan waktu penyajian agar konsumen tidak menunggu lama dan merasa tidak puas terhadap Bagoes Cafe.
- Untuk memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen Bagoes Cafe dapat menerapkan program dengan voucher khusus bagi pelanggan tetap, atau promosi di hari-hari tertentu. Hal ini dapat membuat konsumen berkunjung kembali dan memiliki ikatan emosional dengan Bagoes Cafe.
- Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambahkan variabel-variabel lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen, sehingga diharapkan hasil yang lebih sempurna.

DAFTAR REFERENSI

- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Dewi, I. R., Michel, R. J., & Puspitarini, D. A. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas dengan mediasi kepuasan pelanggan pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 314–321. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i1.1080>
- Juniarti, S., Zuraida, L., & Wikaningtyas, S. U. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Pada Bento Kopi). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 366–381. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.472>
- Kurnia, I., & Besra, E. (2020). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen dengan variabel mediasi kepuasan konsumen pada Rumah Makan Ampalu Raya Padang. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 22(2), 172–193. <https://doi.org/10.37303/a.v22i2.163>
- Lathifa, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas pelanggan Kopi Kenangan dari segi pengalaman pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan (Studi pada konsumen di Bandung). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 55–71. <https://doi.org/10.30659/ekobis.24.1.55-71>
- Nauliy, C., & Saryadi, S. (2021). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen (Studi pada J.Co Donuts & Coffee Java Supermall Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 974–983. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.28800>

- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 281–287. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i2.76>
- Retnowati, A. (2024). Brand image and product quality on consumer loyalty “SKINTIFIC” through consumer satisfaction as an intervening variable. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 400–412. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Rizka, J., & Sirait, P. H. N. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Pondok Puyuh Kang Lathif Rambung Merah. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 4(01), 51–57. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v4i01.3926>
- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722–1738. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>