



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 325-333

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Optimalisasi Infrastruktur Teknologi Informasi Dalam Mendukung Layanan Pelanggan Pada Kopi Dari Hati

Miftahul Jannah¹, Muhamad Faris Hidayat², Alisa Almadira³, M.Raka Ramadhan⁴, Fenny Purwani⁵

Sistem Informasi, Fakultas Sains Dan Teknologi, UIN Raden Fatah

miftahuljannah16305@gmail.com, hidayatfaris205@gmail.com, alisazn73@gmail.com, ramadhanrakaa28@gmail.com, fennypurwani_uin@radenfatah.ac.id*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi (TI) mendorong bisnis kedai kopi untuk mengadopsi TI guna meningkatkan kualitas layanan kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis infrastruktur TI di Kopi Dari Hati dan memberikan rekomendasi optimalisasi yang dapat mendukung layanan pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan teknik observasi lapangan, wawancara, dan analisis dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kopi Dari Hati telah menerapkan sistem POS, pembayaran cashless, dan promosi melalui media sosial, namun belum menggunakan sistem CRM dan aplikasi mobile resmi. Rekomendasi penelitian ini meliputi penerapan sistem CRM, aplikasi mobile pelanggan, integrasi data transaksi, dan sistem monitoring stok berbasis cloud. Dengan optimalisasi tersebut, diharapkan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, efisiensi operasional, dan posisi kompetitif Kopi Dari Hati.

Kata Kunci: CRM, Infrastruktur TI, Kopi Dari Hati, Layanan Pelanggan, Teknologi Informasi

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi (TI) telah membawa perubahan besar pada berbagai sektor industri, termasuk bisnis kedai kopi. Penggunaan teknologi yang tepat dapat menjadi kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan kepada pelanggan. Dalam industri kedai kopi, dimana persaingan semakin ketat, adopsi TI yang tepat dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan. Teknologi informasi berperan penting dalam manajemen operasional, pengelolaan pelanggan, serta promosi produk yang lebih efektif. Salah satu bentuk pemanfaatan TI yang dapat meningkatkan kualitas layanan adalah penggunaan sistem manajemen hubungan pelanggan atau Customer Relationship Management (CRM). Sistem CRM ini memungkinkan perusahaan untuk lebih mengenal pelanggan, memberikan pelayanan yang lebih personal, dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Sebelumnya, berbagai studi tentang penggunaan teknologi di industri kedai kopi menunjukkan bahwa banyak kedai telah mengimplementasikan sistem POS (Point of Sale) untuk transaksi, pembayaran cashless, serta promosi melalui media sosial. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa tidak banyak kedai kopi yang mengintegrasikan sistem CRM atau aplikasi mobile sebagai bagian dari strategi pelayanan yang lebih personal dan terorganisir. Terdapat pula tantangan dalam pengelolaan data transaksi dan stok yang terpisah, sehingga membatasi potensi efisiensi operasional dan kualitas pelayanan yang lebih baik. Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk mengoptimalkan infrastruktur TI yang ada di Kopi Dari Hati agar dapat mendukung pelayanan yang lebih efisien dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi infrastruktur TI di Kopi Dari Hati dan memberikan rekomendasi optimalisasi sistem TI yang dapat mendukung peningkatan layanan pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan lebih lanjut mengenai penerapan TI di industri kedai kopi, terutama dalam mengatasi keterbatasan yang ada dan memberikan solusi yang berbasis teknologi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan efisiensi operasional.

Penerapan teknologi informasi dalam sektor bisnis makanan dan minuman semakin penting untuk meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi operasional. Menurut Smith (2019), penggunaan sistem CRM dalam bisnis restoran dapat memperbaiki hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan. Selain itu, teknologi pembayaran cashless dan sistem POS digital memberikan kemudahan bagi pelanggan dan meminimalkan risiko kesalahan transaksi (Jones & Taylor, 2020). Beberapa studi lain, seperti yang dilakukan oleh Williams dan Brown (2021), menunjukkan

bahwa aplikasi mobile yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan loyalitas dan frekuensi kunjungan. Meskipun berbagai teknologi ini telah diterapkan di banyak kedai kopi, namun pengintegrasian antara sistem CRM, aplikasi mobile, dan pengelolaan stok berbasis cloud masih jarang ditemukan, khususnya di kedai kopi kecil hingga menengah.

Dalam penelitian ini, kami akan menilai penerapan teknologi yang ada di Kopi Dari Hati dan memberikan rekomendasi tentang bagaimana teknologi dapat dioptimalkan untuk mendukung peningkatan layanan pelanggan. Sebagai bagian dari upaya pengembangan ini, sistem CRM, aplikasi mobile, dan integrasi data transaksi akan menjadi fokus utama dari analisis kami.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis infrastruktur teknologi informasi yang diterapkan di Kopi Dari Hati dan memberikan rekomendasi untuk optimalisasi infrastruktur tersebut. Rekomendasi yang diberikan diharapkan dapat membantu Kopi Dari Hati dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan, memperbaiki efisiensi operasional, serta memperkuat posisi kompetitif mereka di industri kopi yang semakin berkembang. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam literatur pengembangan teknologi informasi di sektor bisnis kedai kopi, serta memberikan solusi praktis yang dapat diimplementasikan di kedai kopi lain yang ingin meningkatkan kualitas layanan melalui pemanfaatan teknologi.

2. Metode Penelitian

Menjelaskan Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami kondisi infrastruktur teknologi informasi di Kopi Dari Hati serta memberikan rekomendasi optimalisasi yang dapat mendukung peningkatan layanan pelanggan. Penelitian kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang lebih mendalam dan menyeluruh mengenai pengalaman dan persepsi staf serta manajemen terhadap penerapan teknologi yang ada di kedai kopi tersebut. Penelitian ini akan menggunakan desain penelitian studi kasus, di mana Kopi Dari Hati menjadi subjek penelitian dengan fokus pada penerapan dan optimalisasi infrastruktur TI.

Subjek penelitian ini adalah pihak yang terlibat langsung dalam pengelolaan dan pengoperasian TI di Kopi Dari Hati, meliputi manajer, staf operasional, dan teknisi yang mengelola sistem TI di kedai kopi tersebut. Objek penelitian ini adalah infrastruktur TI yang diterapkan di Kopi Dari Hati, termasuk sistem POS, pembayaran cashless, media sosial, serta sistem manajemen data yang ada (seperti pengelolaan stok dan transaksi). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi Lapangan: Peneliti melakukan observasi langsung di lokasi kedai Kopi Dari Hati untuk mempelajari proses operasional yang melibatkan penggunaan teknologi, seperti sistem POS, pembayaran digital, dan interaksi pelanggan dengan staf melalui media sosial.
2. Wawancara Mendalam: Wawancara dilakukan dengan manajer dan staf operasional untuk menggali informasi terkait penerapan sistem TI yang ada, serta tantangan dan kebutuhan yang mereka hadapi dalam operasional sehari-hari. Wawancara ini juga bertujuan untuk mengetahui pandangan mereka mengenai potensi pengoptimalan teknologi di kedai kopi tersebut.
3. Analisis Dokumentasi: Peneliti menganalisis dokumen terkait, seperti laporan penggunaan sistem POS, data transaksi, serta materi promosi yang digunakan di media sosial. Dokumentasi ini memberikan gambaran lebih jelas mengenai penerapan teknologi dan pengelolaan data di kedai kopi.

2.1. Teknik Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi akan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Proses analisis dimulai dengan mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari wawancara dan observasi, seperti tantangan dalam pengelolaan TI, kebutuhan untuk aplikasi mobile, serta kelebihan dan kekurangan dari sistem yang ada saat ini. Data kemudian dikategorikan dan disusun untuk menemukan pola yang menunjukkan kekuatan dan kelemahan penerapan infrastruktur TI yang ada. Analisis ini akan membantu dalam merumuskan rekomendasi yang relevan dan aplikatif untuk optimalisasi TI di Kopi Dari Hati.

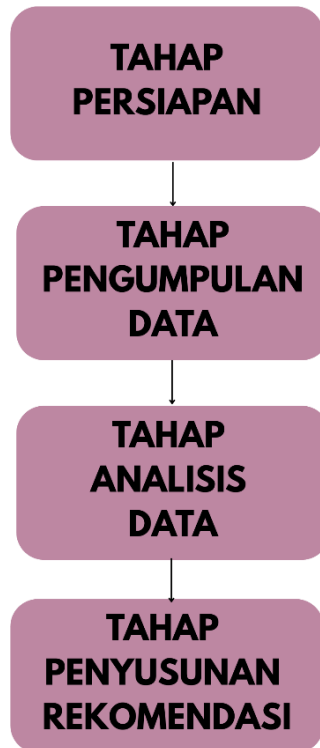
Berikut adalah ilustrasi desain penelitian yang menggambarkan langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini:

1. Tahap Persiapan: Penentuan subjek dan objek penelitian, serta pengumpulan data awal melalui studi literatur.
2. Tahap Pengumpulan Data: Melakukan observasi lapangan, wawancara dengan pihak terkait, dan analisis dokumentasi yang relevan.

3. Tahap Analisis Data: Pengolahan dan analisis data kualitatif untuk mengidentifikasi temuan utama dan permasalahan yang dihadapi oleh Kopi Dari Hati terkait penerapan TI.

4. Tahap Penyusunan Rekomendasi: Berdasarkan hasil analisis data, menyusun rekomendasi optimalisasi infrastruktur TI untuk meningkatkan layanan pelanggan dan efisiensi operasional.

2.2. Alur Penelitian



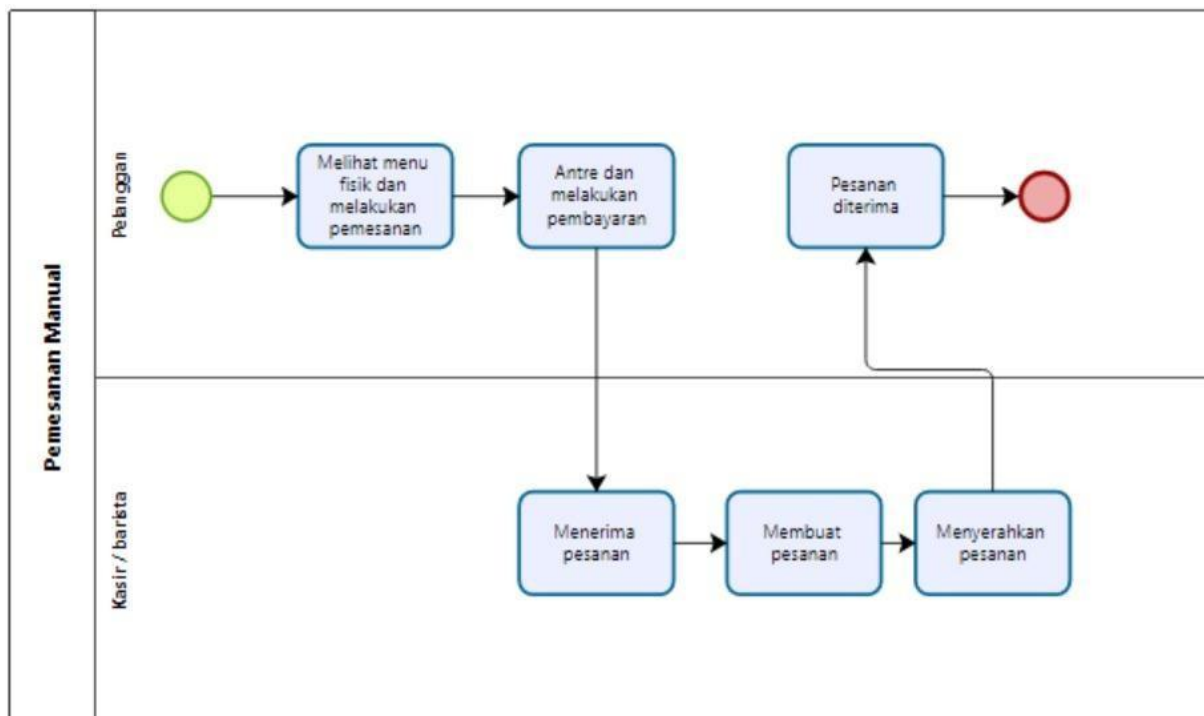
Gambar 1. Alur Penelitian

3. Hasil dan Diskusi

Kehidupan manusia sekarang tidak luput dari yang namanya teknologi, semakin berkembangnya zaman semakin banyak pula inovasi teknologi yang memudahkan kehidupan, termasuk pada sektor bisnis. Optimalisasi infrastruktur teknologi informasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan di sektor bisnis makanan dan minuman, termasuk Kopi Dari Hati. Meskipun telah memiliki jaringan gerai yang luas, Kopi Dari Hati hingga saat ini belum mengadopsi platform aplikasi mobile yang mendukung pemesanan mandiri oleh pelanggan.

Selama ini, Kopi Dari Hati hanya menerima pesanan secara langsung di kedai atau melalui platform pengiriman makanan online seperti GrabFood, ShopeeFood, dan GoFood. Jika pelanggan ingin memesan secara langsung di kedai, mereka harus mengantre dan membayar di kasir, yang dapat menyebabkan antrean panjang dan waktu tunggu yang lama di jam-jam sibuk. Hal ini menunjukkan adanya peluang untuk meningkatkan kenyamanan pelanggan melalui pengembangan aplikasi mobile sendiri, sehingga proses pemesanan dapat dilakukan lebih cepat, efisien, dan praktis.

Untuk memahami alur pelayanan pemesanan secara langsung di kedai Kopi Dari Hati, berikut disajikan diagram BPMN yang menggambarkan proses bisnis tersebut:



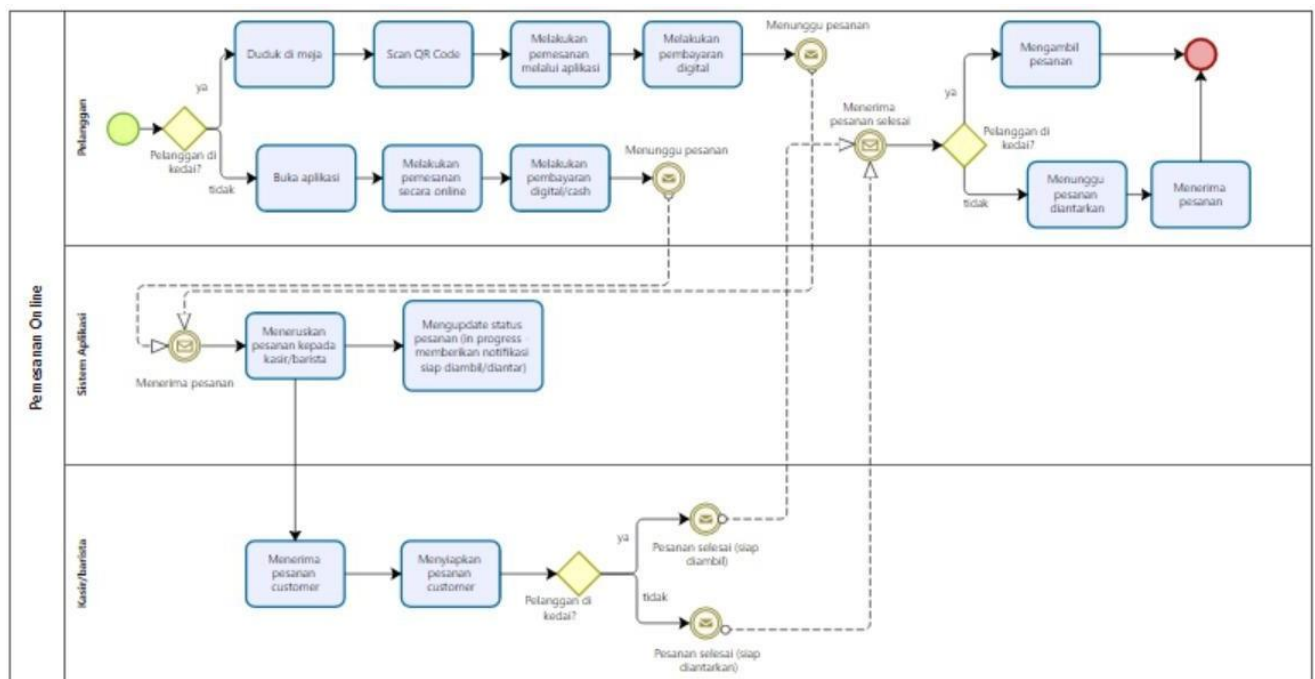
Gambar 2. Proses Pemesanan Secara Manual

Mengingat perkembangan kebutuhan konsumen akan kemudahan, kecepatan, dan personalisasi layanan, pengembangan aplikasi mobile dinilai sebagai salah satu langkah strategis untuk mengoptimalkan infrastruktur TI. Dalam pembahasan ini, akan dikaji alur rancangan sistem aplikasi yang dapat mendukung proses layanan pelanggan secara lebih efektif, serta bagaimana implementasi teknologi ini berpotensi meningkatkan pengalaman pengguna dan efisiensi operasional perusahaan.

Dengan adanya aplikasi mobile sendiri, Kopi Dari Hati dapat mengintegrasikan layanan pemesanan, pembayaran digital, program loyalitas, hingga notifikasi promosi dalam satu platform terpusat. Hal ini tidak hanya mempercepat proses transaksi, tetapi juga memberikan pengalaman yang lebih personal dan nyaman bagi pelanggan.

Selain itu, aplikasi internal memungkinkan Kopi Dari Hati untuk mengumpulkan data perilaku konsumen secara lebih akurat, seperti riwayat pembelian, preferensi produk, dan frekuensi kunjungan, yang dapat dimanfaatkan untuk strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan demikian, pengembangan aplikasi mobile merupakan salah satu upaya optimalisasi infrastruktur teknologi informasi yang berpotensi meningkatkan kepuasan pelanggan sekaligus mendukung pertumbuhan bisnis di tengah persaingan industri F&B yang semakin ketat.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai alur pelayanan dengan menggunakan aplikasi Kopi Dari Hati, berikut disajikan diagram BPMN yang merepresentasikan proses pemesanan oleh pelanggan melalui aplikasi mobile:



Gambar 3. Proses Pemesanan Online

Diagram BPMN di atas menggambarkan alur proses pemesanan minuman melalui aplikasi Kopi Dari Hati. Alur ini dibagi ke dalam tiga pihak utama, yaitu pelanggan, sistem aplikasi, dan kasir/barista.

1. Inisiasi Pemesanan Oleh Pelanggan

Pelanggan dapat memulai pemesanan dengan dua kondisi:

- Jika sudah berada di kedai, pelanggan dapat langsung duduk di meja dan memindai QR code untuk membuka aplikasi.
- Jika pelanggan tidak berada di kedai, mereka dapat langsung membuka aplikasi dari perangkat pribadi.

2. Proses Pemesanan

Setelah aplikasi terbuka, pelanggan melakukan pemesanan secara online, memilih produk, dan melakukan pembayaran, baik melalui metode digital maupun tunai. Setelah transaksi selesai, pelanggan akan menunggu pesanan mereka diproses.

3. Manajemen Pesanan oleh Sistem Aplikasi

Sistem aplikasi menerima pesan, meneruskannya ke kasir/barista, serta secara berkala memperbarui status pesanan (seperti “sedang diproses” atau “siap diambil/diantar”). Notifikasi status juga dikirimkan kepada pelanggan.

4. Proses Penyajian oleh Kasir/Barista

Kasir atau barista menerima pesan dan mulai menyiapkan produk sesuai permintaan. Setelah pesanan siap, dilakukan pengecekan:

- Jika pelanggan berada di kedai, pelanggan akan mengambil sendiri pesanan tersebut.
- Jika pelanggan tidak berada di kedai, pesanan akan diproses untuk diantar.

5. Penyelesaian Proses

Setelah pesanan diterima pelanggan, baik melalui pengambilan langsung maupun melalui layanan antar, siklus pemesanan dianggap selesai.

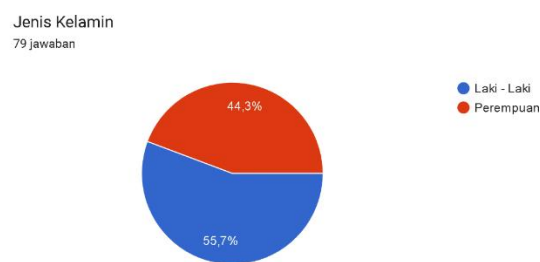
Penerapan aplikasi mobile internal pada Kopi Dari Hati merupakan langkah strategis dalam mengoptimalkan infrastruktur teknologi informasi untuk mendukung layanan pelanggan. Dengan aplikasi tersebut, pelanggan dapat melakukan pemesanan secara mandiri, memilih metode pembayaran, menerima notifikasi status pesanan, hingga mengakses program loyalitas—all dalam satu platform yang terintegrasi. Hal ini tentu memberikan pengalaman berbelanja yang lebih praktis, efisien, dan personal. Selain itu, proses pelayanan yang tersistem, memungkinkan pihak kedai mengelola pesanan dengan lebih akurat dan cepat, baik untuk pelanggan yang berada di tempat maupun yang memesan secara daring dari lokasi lain.

Lebih jauh, pengumpulan data dari aktivitas pengguna dalam aplikasi memungkinkan Kopi Dari Hati melakukan analisis perilaku konsumen secara mendalam. Data ini dapat dimanfaatkan untuk pengembangan strategi promosi yang lebih terarah dan inovasi produk yang sesuai dengan preferensi pasar. Optimalisasi infrastruktur teknologi informasi tidak hanya berperan dalam mendukung kelancaran operasional harian, tetapi juga menjadi pondasi penting bagi pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi ini menjadi salah satu bentuk adaptasi digital yang relevan dan menjanjikan di tengah persaingan industri minuman yang semakin dinamis.

3.1. Kuesioner

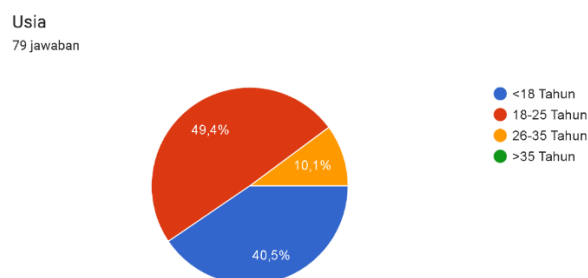
Informasi dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi lapangan, studi literatur, serta penyebaran kuisisioner kepada pelanggan di Kopi Dari Hati Cabang Kambang Iwak. Tujuan dari kuisisioner ini adalah untuk memahami kebutuhan, kebiasaan konsumsi, dan minat pelanggan terhadap sistem pemesanan berbasis aplikasi digital. Sebanyak 79 responden berpartisipasi. Sebagian besar dari mereka adalah konsumen aktif, di mana 64 orang (81%) membeli Kopi Dari Hati 2–3 kali seminggu, dan sisanya membeli seminggu sekali atau jarang. Dalam hal metode pemesanan, 85% responden (67 orang) lebih sering memesan langsung ke outlet, sementara 8 orang melalui GoFood/GrabFood, dan 4 orang menitip teman.

3.1.1. Data Responden



Gambar 4. Data Jenis Kelamin Responden

Sebagian besar responden dalam survei ini berjenis kelamin perempuan, dengan persentase sekitar 72%, sementara sisanya adalah laki-laki. Ini menunjukkan bahwa konsumen utama dari brand Kopi Dari Hati dalam survei ini didominasi oleh perempuan, yang bisa menjadi pertimbangan dalam strategi pemasaran yang lebih personal.



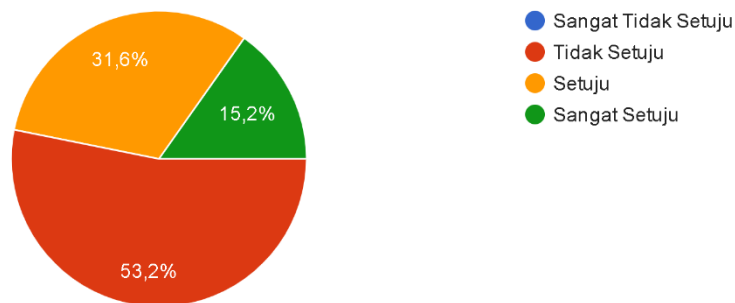
Gambar 5. Data Usia Responden

Mayoritas responden berada pada rentang usia 21–25 tahun, yang merepresentasikan generasi muda dan produktif. Kelompok usia ini cenderung akrab dengan teknologi digital dan memiliki daya beli untuk produk gaya hidup seperti kopi. Ini menunjukkan bahwa pendekatan digital seperti aplikasi pemesanan sangat relevan untuk segmen ini.

3.1.2 Kemudahan dan Efisiensi Pemesanan

Proses Pemesanan Kopi Saat ini Cukup Mudah dan Cepat

79 jawaban



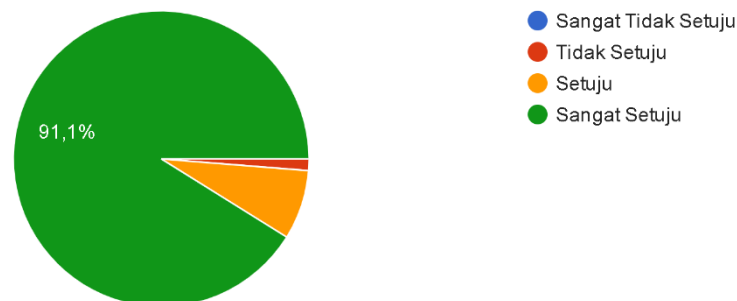
Gambar 6. Kemudahan dan Efisiensi Pemesanan

Sebagian besar responden setuju bahwa proses pemesanan saat ini perlu lebih efisien. Hal ini mencerminkan kebutuhan akan user interface yang sederhana dan cepat, serta proses transaksi yang minim langkah, sehingga pengguna tidak merasa prosesnya rumit.

3.1.3. Fitur Pemesanan dan Pembayaran Langsung Dalam Aplikasi

Saya ingin bisa memesan dan membayar langsung dari aplikasi

79 jawaban



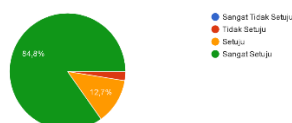
Gambar 7. Pemesanan dan Pembayaran Langsung Dalam Aplikasi

Sebagian besar responden menyatakan ingin dapat memesan dan membayar langsung melalui aplikasi tanpa harus datang ke lokasi atau menggunakan layanan pihak ketiga.

3.1.4. Fitur Pick-Up Tanpa Antre

Saya ingin ada sistem pick up (ambil tanpa antre) lewat aplikasi

79 jawaban



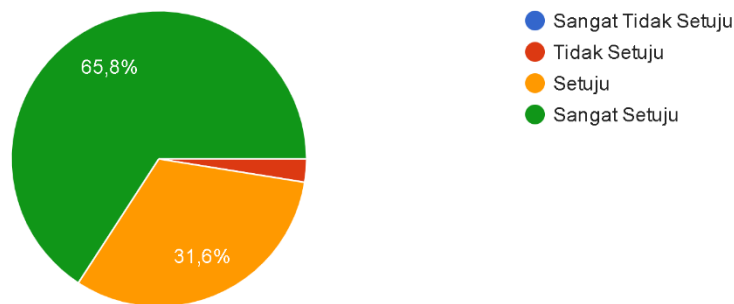
Gambar 8. Pick-up Tanpa Antre

Berdasarkan hasil kuisioner, mayoritas responden menyatakan ingin adanya fitur pick-up tanpa antre, yang menunjukkan bahwa konsumen menghargai efisiensi waktu dan menginginkan proses pengambilan kopi yang lebih praktis. Hal ini menjadi sinyal kuat bahwa sistem perlu menyediakan fitur pre-order dan notifikasi siap ambil, guna mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan kenyamanan pelanggan.

3.1.5. Registrasi dan Kemanan Data

Saya percaya data saya akan aman jika menggunakan aplikasi resmi dari Kopi Dari Hati.

79 jawaban



Gambar 9. Registrasi dan Ke

Sebagian besar responden tidak keberatan melakukan registrasi akun, dan mereka percaya bahwa data mereka akan aman jika menggunakan aplikasi resmi.

Hasil kuisioner ini memperkuat urgensi dan relevansi dari pengembangan aplikasi mobile resmi Kopi Dari Hati. Pelanggan tidak hanya menginginkan kemudahan, tetapi juga mengharapkan pengalaman yang lebih efisien, praktis, dan personal. Seluruh fitur yang direncanakan, seperti pemesanan digital, pick-up tanpa antre, promo berbasis aplikasi, dan sistem poin, semuanya mendapat dukungan mayoritas pelanggan. Dukungan terhadap keamanan dan kemudahan penggunaan juga menunjukkan bahwa risiko adopsi teknologi ini sangat rendah. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa rancangan To-Be yang berorientasi pada sistem digital selaras dengan kebutuhan pelanggan dan berpotensi meningkatkan kepuasan serta loyalitas secara signifikan.

4. Kesimpulan

Kesimpulannya, Optimalisasi infrastruktur TI melalui pengembangan aplikasi mobile dapat meningkatkan efisiensi layanan Kopi Dari Hati dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Integrasi sistem pemesanan, pembayaran, dan notifikasi dalam satu platform menciptakan pengalaman yang lebih praktis dan personal. Selain itu, data pengguna dapat dimanfaatkan untuk strategi bisnis berbasis analitik. Ke depan, disarankan agar Kopi Dari Hati terus mengembangkan fitur-fitur inovatif dalam aplikasinya serta memastikan keamanan data pengguna untuk mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan mampu bersaing di era digital.

Referensi

- Aisyah, Siti, and Budi Harto. 2024. "Analisis Customer Journey Dalam Meningkatkan Customer Experience Pelanggan Di Fore Coffee Shop Yang Berbasis Teknologi." *EKOMA : Jurnal Ekonomi* 3(3): 971–86.
- Dalilah, Nur, and Prawoto Prawoto. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kopi Kenangan." *MAMEN: Jurnal Manajemen* 2(2): 186–97. doi:10.55123/mamen.v2i2.1774.
- (Komputer and Nuswantoro 2010)Komputer, Fakultas Ilmu, and Universitas Dian Nuswantoro. 2010. "Menggunakan Metode Decision Tree Pada." 7(6): 3830–33.

- Lathifa, Umami Khoiri, and Anita Silvianita. 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. doi:10.30659/ekobis.24.1.55-71.
(Liliana Dewi and Shafamila Handininta Putri 2022)Liliana Dewi, and Shafamila Handininta Putri. 2022. "Service Quality, Customer Value, and Price To Consumer Satisfaction At Kopi Kenangan Coffee Shop." *International Journal of Social Science* 1(6): 987–92. doi:10.53625/ijss.v1i6.1918.
- Najmutsaqib, Lutfi, Bambang Siswadi, and Dwi Susilowati. 2019. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Kopi Latte Di Kopi Kenangan(Studi Pada Pelanggan Outlet Kopi Kenangan)." *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis* 7(1): 1–7.
- Poha, Fauzia Rukmana, Deby Rita Karundeng, and Moh Afan Suyanto. 2021. "Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pengunjung Kopi Dari Hati Marisa)." *Jurnal Pendidikan danKewirausahaan* 10(1): 86–104. doi:10.47668/pkwu.v10i1.336.
- Putra, Jonathan Caesar, and Ricky Talumantak. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka." *Jurnal Ilmiah nasional* 4(3): 26–39.
- Salsabila, Anna, Annisa Syafa Andira, Devana Dimmy Ramadhanty, and Vania Olivia. 2023. "The Effect of Product and Service Quality on Customer Loyalty Fore Coffee Jabodetabek." *Indonesian Marketing Journal* 3(1): 17. doi:10.19166/imj.v3i1.6853.
- Saputra, Nicholas Revy. "PENGARUH PROMOSI , INOVASI PRODUK , DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FORE COFFEE TUNJUNGAN PLAZA 3." : 245–58.
- Setyawan, Muhammad Abdhu. 2021. "Strategi Kopi Kenangan Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan." :129. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/56471>.
- Yusril Andrianto, and Zawawi. 2024. "Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Fore Coffee Shop Surabaya." *Jurnal Lentera Bisnis* 13(2): 1142–51. doi:10.34127/jrlab.v13i2.1146.