

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pengalaman konsumen, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap loyalitas konsumen *halal food* di Kota Padang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, dapat disimpulkan sebagai berikut.

- 5.1.1 Pengalaman konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen *halal food* di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman positif yang diperoleh konsumen selama berkunjung dan mengonsumsi produk di KOPKIT dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk mempertahankan pilihannya, melakukan kunjungan kembali, dan melakukan pembelian ulang.
- 5.1.2 Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen *halal food* di Kota Padang. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen belum secara langsung menentukan loyalitas terhadap KOPKIT. Meskipun demikian, kualitas pelayanan memiliki peran dalam membentuk kepuasan konsumen, sehingga kontribusinya terhadap loyalitas lebih terlihat melalui kepuasan.
- 5.1.3 Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen *halal food* di Kota Padang. Citra KOPKIT yang positif dalam persepsi konsumen dapat meningkatkan kecenderungan konsumen untuk mempertahankan pilihannya dan membangun hubungan yang berkelanjutan dengan KOPKIT.
- 5.1.4 Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen *halal food* di Kota Padang. Kepuasan menjadi faktor yang memiliki pengaruh langsung paling kuat terhadap loyalitas dalam model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang memperoleh kepuasan dari produk, pelayanan, suasana, dan pengalaman konsumsi memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk kembali berkunjung dan mempertahankan pilihannya terhadap KOPKIT.

- 5.1.5 Pengalaman konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *halal food* di Kota Padang. Pengalaman yang positif selama konsumen berinteraksi dan melakukan konsumsi di KOPKIT dapat meningkatkan penilaian serta kepuasan terhadap produk dan layanan yang diterima.
- 5.1.6 Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *halal food* di Kota Padang. Kualitas pelayanan yang baik, terutama dalam hal ketanggapan, keramahan, keandalan, dan kemampuan memenuhi kebutuhan konsumen, berkontribusi terhadap meningkatnya kepuasan konsumen KOPKIT.
- 5.1.7 Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *halal food* di Kota Padang. Citra KOPKIT yang positif menjadi faktor yang kuat dalam membentuk kepuasan konsumen dan memiliki pengaruh langsung terbesar terhadap kepuasan dibandingkan pengalaman konsumen dan kualitas pelayanan.
- 5.1.8 Kepuasan konsumen memediasi pengaruh pengalaman konsumen terhadap loyalitas konsumen *halal food* di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman konsumen yang positif dapat meningkatkan loyalitas melalui terbentuknya kepuasan. Dengan demikian, pengalaman konsumen tidak hanya berperan secara langsung terhadap loyalitas, tetapi juga memperkuat loyalitas melalui kepuasan konsumen.
- 5.1.9 Kepuasan konsumen memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen *halal food* di Kota Padang. Meskipun kualitas pelayanan tidak terbukti berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas, kualitas pelayanan mampu meningkatkan loyalitas melalui kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan menjadi bagian dari proses pembentukan loyalitas ketika pelayanan tersebut mampu menghasilkan kepuasan bagi konsumen.
- 5.1.10 Kepuasan konsumen memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen *halal food* di Kota Padang. Citra merek memiliki pengaruh tidak langsung paling kuat terhadap loyalitas melalui kepuasan

dibandingkan pengalaman konsumen dan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa citra KOPKIT yang positif dapat meningkatkan kepuasan konsumen, yang dapat memperkuat loyalitas konsumen terhadap KOPKIT.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi perkembangan industri halal food, khususnya dalam memahami pembentukan loyalitas konsumen. Dalam industri halal food, kehalalan produk tidak hanya menjadi bentuk pemenuhan ketentuan syariah, tetapi juga menjadi bagian dari pertimbangan konsumen dalam menilai suatu usaha. Temuan penelitian menunjukkan bahwa loyalitas konsumen berkaitan dengan pengalaman konsumsi, kualitas pelayanan, citra merek, dan kepuasan konsumen. Hal ini mengimplikasikan bahwa keberlangsungan hubungan antara konsumen dan usaha halal food tidak cukup dibangun melalui pemenuhan aspek kehalalan, tetapi juga melalui pengalaman dan penilaian positif yang terbentuk selama konsumen berinteraksi dengan usaha tersebut. Dengan demikian, kepuasan menjadi bagian penting dalam proses terbentuknya hubungan yang lebih berkelanjutan antara konsumen dan usaha halal food.

Pada KOPKIT Kota Padang, temuan penelitian mengimplikasikan bahwa loyalitas konsumen lebih kuat terbentuk ketika konsumen terlebih dahulu memperoleh kepuasan dari pengalamannya. Citra merek yang memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan dan pengaruh tidak langsung terbesar terhadap loyalitas melalui kepuasan menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap KOPKIT memiliki peran penting dalam membangun hubungan dengan konsumen. Pengalaman konsumen juga berperan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas, sedangkan kualitas pelayanan lebih berkontribusi terhadap kepuasan daripada loyalitas secara langsung. Temuan tersebut mengimplikasikan bahwa pembentukan loyalitas konsumen KOPKIT merupakan suatu proses yang tidak berdiri sendiri, melainkan berlangsung melalui pengalaman dan penilaian konsumen yang tercermin dalam kepuasan.

5.3 Rekomendasi

Rekomendasi penelitian ini disusun berdasarkan temuan mengenai pengalaman konsumen, kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen. Rekomendasi ditujukan untuk pengembangan kajian secara teoritis serta sebagai masukan praktis bagi pelaku usaha, masyarakat, dan pemerintah dalam mendukung perkembangan industri *halal food*.

5.3.1 Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian ekonomi syariah melalui penerapan perspektif *Islamic marketing* dalam memahami perilaku konsumen pada industri *halal food*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa loyalitas konsumen tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan aspek kehalalan produk, tetapi juga terbentuk melalui pengalaman konsumen, kualitas pelayanan, citra merek, dan kepuasan konsumen. Hasil tersebut memperkuat pemahaman bahwa penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan usaha perlu berjalan seiring dengan penciptaan pengalaman dan kepuasan konsumen sebagai bagian dari upaya membangun hubungan jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi teoritis dalam mengembangkan kajian *Islamic marketing* yang mengintegrasikan prinsip kehalalan dengan aspek pengalaman, kepuasan, dan loyalitas konsumen dalam industri *halal food*.

5.3.2 Secara Praktis

5.3.2.1 Bagi Pelaku Usaha

Bagi pelaku usaha, khususnya KOPKIT, disarankan untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui konsistensi kualitas produk dan penciptaan pengalaman konsumsi yang positif. Citra merek dapat diperkuat melalui konsistensi identitas merek, kualitas produk, suasana *coffee shop*, serta penyampaian informasi kehalalan secara jelas. KOPKIT dapat mencantumkan label halal pada kemasan produk yang memenuhi ketentuan penggunaan label halal, sehingga informasi mengenai status kehalalan lebih mudah

diketahui konsumen. Pada aspek pelayanan, pengelola disarankan untuk menyederhanakan alur pemesanan, pembayaran, dan pengambilan produk agar lebih praktis dan konsisten. Selain itu, konsep workspace and hangout dapat dipertahankan dan dikembangkan sebagai bagian dari pengalaman konsumen yang menjadi karakteristik KOPKIT.

5.3.2.2 Bagi Masyarakat

Masyarakat sebagai konsumen disarankan untuk lebih selektif dalam memilih produk *halal food*, termasuk produk yang ditawarkan oleh *coffee shop*, dengan mempertimbangkan kehalalan produk, kualitas, kebersihan, pelayanan, kenyamanan, serta pengalaman konsumsi. Konsumen juga diharapkan memperhatikan informasi kehalalan dan label halal yang tercantum pada produk atau kemasan. Selain itu, masyarakat dapat memberikan penilaian dan masukan secara objektif berdasarkan pengalaman yang sebenarnya, baik secara langsung maupun melalui media sosial, ulasan daring, dan platform pemesanan makanan. Umpan balik yang jujur, konstruktif, dan bertanggung jawab dapat membantu pelaku usaha melakukan evaluasi serta meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan pengalaman konsumen.

5.3.2.3 Bagi Pemerintah

Pemerintah daerah disarankan untuk memperkuat pembinaan industri *halal food* di Kota Padang melalui pendampingan peningkatan kualitas produk, kebersihan, keamanan pangan, standar pelayanan, serta fasilitasi sertifikasi halal, khususnya bagi usaha mikro dan kecil. Peningkatan kapasitas pelaku usaha dapat dilakukan melalui pelatihan manajemen usaha, inovasi produk, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, dan pemahaman mengenai perilaku konsumen. Pemerintah juga dapat memperluas akses pemasaran melalui promosi, pameran produk halal, pengembangan sentra kuliner halal, dan pemanfaatan platform digital. Dengan demikian, pembinaan industri *halal food* tidak

hanya berorientasi pada pemenuhan aspek kehalalan, tetapi juga mendukung peningkatan kualitas, daya saing, dan keberlanjutan usaha *coffee shop* serta usaha kuliner halal sesuai dengan prinsip ekonomi syariah.

5.4 Keterbatasan Studi

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Penelitian hanya dilakukan pada konsumen KOPKIT di Kota Padang, sehingga hasil penelitian memiliki keterbatasan dalam generalisasi pada *coffee shop* atau wilayah dengan karakteristik yang berbeda. Penggunaan satu objek penelitian juga belum dapat menggambarkan kemungkinan adanya perbedaan persepsi konsumen apabila penelitian melibatkan beberapa merek *coffee shop*. Selain itu, penggunaan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data menyebabkan jawaban yang diperoleh bergantung pada persepsi subjektif dan kondisi responden pada saat pengisian kuesioner. Penelitian ini juga hanya melibatkan pengalaman konsumen, kualitas pelayanan, citra merek, dan kepuasan konsumen sebagai variabel yang berkaitan dengan loyalitas, sehingga masih terdapat faktor lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas konsumen tetapi belum tercakup dalam model penelitian.

UIN IMAM BONJOL
PADANG

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Umair, K. M. Anwarul Islam, Sajid Hussain, Muhammad Baqir, And Noor Muhammad. 2021. "Impact Of Brand Image On Customer Loyalty With The Mediating Role Of Customer Satisfaction And Brand Awareness." *International Journal Of Marketing Research Innovation* 5(1):1–15. Doi:10.46281/Ijmri.V5i1.987.
- Abdullah, M. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Afwan, Aja, Dewi Rosa Indah, And Maulana Rahman. 2024. "Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Photo Di Kota Langsa." *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)* 5(2):346–53. Doi:10.32500/Jebe.V5i2.6516.
- Akbar, Mohammad Muzahid, And Noorjahan Parvez. 2009. "Can Service Quality, Trust, And Customer Satisfaction Engender Customers Loyalty?"
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, And Kamaluddin Abunawas. 2023. "Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian."
- Amine, Abdelmajid. 1998. "Consumers' True Brand Loyalty: The Central Role Of Commitment." *Journal Of Strategic Marketing* 6(4):305–19. Doi:10.1080/096525498346577.
- Amirullah. 2022. "Perilaku Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian." *Akademika* 20(2):169–75. Doi:10.51881/Jak.V20i2.9.
- Anuraga, G., E. Sulistiyawan, And S. Munadhiroh. 2017. *Structural Equation Modeling–Partial Least Square Untuk Pemodelan Indeks Pembangunan Kesehatan Masyarakat (Ipkm) Di Jawa Timur*. Seminar Nasional Matematika Dan Aplikasinya.
- Ariyani, Fitria, And M. Yusuf Kurniawan. 2023. "The Influence Of Brand Image On Customer Satisfaction And Customer Loyalty (Study In Padang Restaurant 'Murah')." *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis* 9(2):193–203. Doi:10.21107/Jsmbr.V9i2.17577.
- Ayuniyyah, Qurroh, Didin Hafidhuddin, And Hambari Hambari. 2017. "Factors Affecting Consumers' Decision In Purchasing Mui Halal-Certified Food Products." *Tazkia Islamic Finance And Business Review* 10(2). Doi:10.30993/Tifbr.V10i2.111.
- Azam, Md Siddique E., And Moha Asri Abdullah. 2020. "Global Halal Industry: Realities And Opportunities." *International Journal Of Islamic Business Ethics* 5(1):47. Doi:10.30659/Ijibe.5.1.47-59.

- Azizi, Muhammad Hakim, Tsaalis Bachtiar, Fenny Fenny, And Eva Yuniarti Utami. 2024. "Analisis Pengalaman Pelanggan Sebagai Fokus Utama Dalam Pemasaran Bisnis Di Industri Manufaktur." *Jurnal Multidisiplin West Science* 3(01):98–107. Doi:10.58812/Jmws.V3i01.956.
- Badan Pusat Statistik. 2025. *Statistik Penyediaan Makanan Dan Minuman 2024*. Jakarta: Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/2025/12/31/E46a55af756331ede8016b91/statistik-penyediaan-makanan-minuman-2024.html>.
- Bandyopadhyay, Taradas, Indraneel Dasgupta, And Prasanta K. Pattanaik. 1999. "Stochastic Revealed Preference And The Theory Of Demand." *Journal Of Economic Theory* 84(1):95–110. Doi:10.1006/Jeth.1998.2499.
- Budiarsi, Sri Yunan. 2020. "Pendampingan Pengenalan Program Sem-Pls Pada Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Surabaya." 3(2).
- Chandra, T., And Priyono. 2022. *Statistika Deskriptif*. Cv Literasi Nusantara Abadi.
- Chaudhuri, Arjun, And Morris B. Holbrook. 2001. "The Chain Of Effects From Brand Trust And Brand Affect To Brand Performance: The Role Of Brand Loyalty." *Journal Of Marketing* 65(2):81–93. Doi:10.1509/Jmkg.65.2.81.18255.
- Chen, Xinyang. 2023. "Review Of Consumer Behavior Research Based On Influencing Factors." *Advances In Economics, Management And Political Sciences* 19(1):284–90. Doi:10.54254/2754-1169/19/20230150.
- Chin, W. W. 1998. *The Partial Least Squares Approach To Structural Formula Modeling*. Advances In Hospitality And Leisure.
- Cronin, J. Joseph, And Steven A. Taylor. 1992. "Measuring Service Quality: A Reexamination And Extension." *Journal Of Marketing* 56(3):55–68. Doi:10.1177/002224299205600304.
- Darwin, Muhammad, And Khoirul Umam. 2020. "Analisis Indirect Effect Pada Structural Equation Modeling: Studi Komparasi Penggunaan Software Amos Dan Smartpls." *Nucleus* 1(2):50–57. Doi:10.37010/Nuc.V1i2.160.
- Djunaidi, Much, Cut Baby Ayu Oktavia, Ratnanto Fitriadi, And Eko Setiawan. 2021. "Perception And Consumer Behavior Of Halal Product Toward Purchase Decision In Indonesia." *Jurnal Teknik Industri* 22(2):171–84. Doi:10.22219/Jtiumm.Vol22.No2.171-184.
- Dotchin, John A., And John S. Oakland. 1994. "Total Quality Management In Services: Part 2: Service Quality." *International Journal Of Quality & Reliability Management* 11(3):27–42. Doi:10.1108/02656719410056468.

- East, Robert, Philip Gendall, Kathy Hammond, And Wendy Lomax. 2005. "Consumer Loyalty: Singular, Additive Or Interactive?" *Australasian Marketing Journal* 13(2):10–26. Doi:10.1016/S1441-3582(05)70074-4.
- Edvardsson, Bo, Margareta Friman, And Inger Roos. 2007. "Service Quality Grounded In Customer Experiences, Affect And Relationships." Pp. 271–85 In *Service Excellence Als Impulsgeber*, Edited By M. H. J. Gouthier, C. Coenen, H. S. Schulze, And C. Wegmann. Wiesbaden: Gabler.
- Elasrag, Hussein. 2016. "Halal Industry: Key Challenges And Opportunities." *Ssrn Electronic Journal*. Doi:10.2139/Ssrn.2735417.
- Fajar, Riki Andi, Siti Yunitarini, And Ari Muhardono. 2022. "Pengaruh Label Halal, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Tolak Angin Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Kecamatan Wonopringgo Kabupaten Pekalongan)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 25(2):171. Doi:10.31941/Jebi.V25i2.2385.
- Faridah, Hayyun Durrotul. 2019. "Halal Certification In Indonesia; History, Development, And Implementation." *Journal Of Halal Product And Research* 2(2):68. Doi:10.20473/Jhpr.Vol.2-Issue.2.68-78.
- Firmansyah, Deri And Dede. 2022. "Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (Jiph)* 1(2):85–114. Doi:10.55927/Jiph.V1i2.937.
- Fitri, Yuli Yana, Muhammad Iqbal Fasa, And Suharto Suharto. 2022. "Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Laju Perkembangan Industri Produk Makanan Dan Minuman Halal Indonesia." *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika* 15(1):122–29. Doi:10.46306/Jbbe.V15i1.128.
- Ghazali, I., And H. Latan. 2021. *Partial Least Squares : Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Grönroos, Christian. 2001. "The Perceived Service Quality Concept – A Mistake?" *Managing Service Quality: An International Journal* 11(3):150–52. Doi:10.1108/09604520110393386.
- Guenther, Peter, Miriam Guenther, Christian M. Ringle, Ghasem Zaefarian, And Severina Cartwright. 2023. "Improving Pls-Sem Use For Business Marketing Research." *Industrial Marketing Management* 111:127–42. Doi:10.1016/J.Indmarman.2023.03.010.
- Hadi, Prasetyo, And Heni Nastiti. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome." 2.
- Hair, Joseph, And Abdullah Alamer. 2022. "Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem) In Second Language And Education

- Research: Guidelines Using An Applied Example.” *Research Methods In Applied Linguistics* 1(3):100027. Doi:10.1016/J.Rmal.2022.100027.
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult, Christian M. Ringle, And Marko Sarstedt. 2017. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)*. Second Edition. Los Angeles London New Delhi Singapore Washington Dc Melbourne: Sage.
- Hair, Joseph F., Jeffrey J. Risher, Marko Sarstedt, And Christian M. Ringle. 2019. “When To Use And How To Report The Results Of Pls-Sem.” *European Business Review* 31(1):2–24. Doi:10.1108/Ebr-11-2018-0203.
- Handley, Ian M., Dolores Albarracín, Rick D. Brown, Hong Li, Ece C. Kumkale, And G. Tarcan Kumkale. 2009. “When The Expectations From A Message Will Not Be Realized: Naïve Theories Can Eliminate Expectation–Congruent Judgments Via Correction.” *Journal Of Experimental Social Psychology* 45(4):933–39. Doi:10.1016/J.Jesp.2009.05.010.
- Henseler, Jörg, Christian M. Ringle, And Marko Sarstedt. 2015. “A New Criterion For Assessing Discriminant Validity In Variance-Based Structural Equation Modeling.” *Journal Of The Academy Of Marketing Science* 43(1):115–35. Doi:10.1007/S11747-014-0403-8.
- Hermina, T., And H. Fauziah. 2021. “Understanding The Customer Satisfaction Factors In Coffee Shops.” Pp. 235–39 In *Synergizing Management, Technology And Innovation In Generating Sustainable And Competitive Business Growth*, Edited By R. Hendayani, I. Rachmawati, H. G. Ayuningtias, Cahyaningsih, And D. S. Dennyra. Routledge.
- Hosanna, Melissa Aulia, And Susanti Adi Nugroho. 2018. “Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Terhadap Pendaftaran Sertifikat Halal Pada Produk Makanan.” *Jurnal Hukum Adigama* 1(1):511. Doi:10.24912/Adigama.V1i1.2155.
- Imbug, Noorain, Sylvia Nabila Azwa Ambad, And Imbarine Bujang. 2018. “The Influence Of Customer Experience On Customer Loyalty In Telecommunication Industry.” *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences* 8(3):Pages 103-116. Doi:10.6007/Ijarbss/V8-I3/3909.
- Iswadi, Lailynisa Fadilla, Jamiati Kn, And Daniel Handoko. 2023. “Pengaruh Brand Activation Terhadap Brand Image Whitelab: Survei Pada Pengunjung Unveil The New Whitelab.” *Tuturan: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora* 1(4):89–107. Doi:10.47861/Tuturan.V1i4.509.
- Jailani, Novalini, And Hendri Hermawan Adinugraha. 2022. “The Effect Of Halal Lifestyle On Economic Growth In Indonesia.” *Journal Of Economics*

- Jaya. 2019. *Penerapan Statistik Penelitian Pendidikan (1st End)*. Kencana.
- Jhansi, V., Scholar, Sri Sairam Institute Of Management Studies, Sri Sairam Engineering College, Chennai, India, Amuthavarshini S B, And Scholar, Sri Sairam Institute Of Management Studies, Sri Sairam Engineering College, Chennai, India. 2025. “A Study On Influence Of Brand Loyalty On Consumer Purchasing Decisions.” *International Journal Of Multidisciplinary Research In Science, Engineering And Technology* 08(07). Doi:10.15680/Ijmrset.2025.0807028.
- Keller, Kevin Lane, And Vanitha Swaminathan. 2020. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity, 5th Edition*. Pearson Education Limited.
- Kester, Ryan, And Melania Rahadiyanti. 2020. “Pengaruh Perkembangan Globalisasi Terhadap Budaya Masyarakat Khususnya Dalam Pembentukan Coworking Space Dan Coffee Shop Di Surabaya.” *Kreasi* 5(2). Doi:10.37715/Kreasi.V5i2.3739.
- Kotler, Philip, And Kevin Lane Keller. 2015. *Marketing Management*. 15. Ed. Always Learning. Boston Munich: Pearson.
- Koto, Fitriza Ferunita, Gita Sari Agape Soebijakto, And Erica Adriana. 2023. “Analisis Pengaruh Atmosfer Café Dan Customer Experience Terhadap Pengambilan Keputusan Customer Yaitu Mahasiswa Malang Dalam Pemilihan Tempat Coffee Shop Untuk Belajar.” *Cemerlang : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis* 3(3):08–19. Doi:10.55606/Cemerlang.V3i3.1332.
- Lee, J. Lucy, Jeffrey D. James, And Yu Kyoum Kim. 2014. “A Reconceptualization Of Brand Image.” *International Journal Of Business Administration* 5(4):P1. Doi:10.5430/Ijba.V5n4p1.
- Lee, Jason W. 2026. “Brand Recognition.” Pp. 835–37 In *International Encyclopedia Of Business Management*. Elsevier.
- Lee, Jonathan, Janghyuk Lee, And Lawrence Feick. 2001. “The Impact Of Switching Costs On The Customer Satisfaction - Loyalty Link: Mobile Phone Service In France.” *Journal Of Services Marketing* 15(1):35–48. Doi:10.1108/08876040110381463.
- Lemon, Katherine N., And Peter C. Verhoef. 2016. “Understanding Customer Experience Throughout The Customer Journey.” *Journal Of Marketing* 80(6):69–96. Doi:10.1509/Jm.15.0420.

- Lewis, Barbara R., And Vincent W. Mitchell. 1990. "Defining And Measuring The Quality Of Customer Service." *Marketing Intelligence & Planning* 8(6):11–17. Doi:10.1108/Eum0000000001086.
- Lorenza, Uyung, Isnurrini Hidayat Susilowati, Ratnawaty Marginingsih, And Wiwik Widiyanti. 2025. "Pengaruh Atmosfer, Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman Kopi Pada Kedai 'Kopi Dari Hati' Di Kabupaten Bogor." *Jurnal Orientasi Bisnis Dan Entrepreneurship (Jobs)* 6(2):186–200. Doi:10.33476/Jobs.V6i2.5599.
- Masruroh, Nikmatul. 2020. "The Competitiveness Of Indonesian Halal Food Exports In Global Market Competition Industry." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 11(1):25–48. Doi:10.21580/Economica.2020.11.1.3709.
- Matondang, Hafidz Ramadhan Noor. 2026. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Shop." *Service Quality* 3(2).
- Mckenzie, Russell, Aristides R. Baraya, David C. Wyld, Carolina Garzón Medina, And Adriana Marcela Gordillo González. 2020. "The Value Of Loyalty: Understanding Brand Loyalty From A Consumer Point Of View." *International Journal Of Managing Value And Supply Chains* 11(1):1–8. Doi:10.5121/Ijmvsc.2020.11101.
- Meilani, Innocentius Bernarto, Margaretha P. Berlianto, Yohana F. C. P., And Ronnie R. Masman Suryawan Ian N. 2020. "The Influence Of Brand Awareness, Brand Image, And Brand Trust On Brand Loyalty." *Jurnal Manajemen* 24(3):412. Doi:10.24912/Jm.V24i3.676.
- Mudjiyanti, Rina, And Maratus Sholihah. 2022. "The Effect Of Cafe Atmosphere On Loyalty Through Customer Satisfaction." *Innovation Business Management And Accounting Journal* 1(1):18–23. Doi:10.56070/Ibmaj.V1i1.5.
- Mukherjee, Shyama Prasad. 2019. "Measurement Of Customer Satisfaction." Pp. 157–78 In *Quality, India Studies In Business And Economics*. Singapore: Springer Singapore.
- Nasermoadeli, Amir, Kwek Choon Ling, And Farshad Maghnati. 2013. "Evaluating The Impacts Of Customer Experience On Purchase Intention." *International Journal Of Business And Management* 8(6):P128. Doi:10.5539/Ijbm.V8n6p128.
- Naveen, And Prof. H. N. Ramesh. 2022. "Brand Image – An Extended Arm For Customer Building." *International Journal Of Advanced Research In Science, Communication And Technology* 100–106. Doi:10.48175/Ijarstc-7761.

- Noor, J. 2017. *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Kencana.
- Nurhilalia, N., And Yusuf Saleh. 2024. "The Impact Of Consumer Behavior On Consumer Loyalty." *Golden Ratio Of Mapping Idea And Literature Format* 4(2):140–53. Doi:10.52970/Grmlf.V4i2.357.
- Nurjanah, Nurjanah, Murniyetti Murniyetti, Wirdati Wirdati, And Al Ikhlas. 2022. "Urgensi Sertifikasi Halal Pada Coffee Shop Di Indonesia." *Islamika* 4(4):903–15. Doi:10.36088/Islamika.V4i4.2190.
- Oliver, Richard L. 1980. "A Cognitive Model Of The Antecedents And Consequences Of Satisfaction Decisions." *Journal Of Marketing Research* 17(4):460–69. Doi:10.1177/002224378001700405.
- Parasuraman, A. Parsu, Valarie Zeithaml, And Leonard Berry. 1988. *Servqual: A Multiple- Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality*. Journal Of Retailing.
- Pearson, Stewart. 1996. *Building Brands Directly : Creating Business Value From Customer Relationships*. Basingstoke : Macmillan Business.
- Penora, Yeni, Dian Fauzi, And Alvindo Dermawan. 2022. "Perilaku Konsumen Kopi Di Parewa Coffee Shop Kota Padang." *Jia (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian* 7(5):182–89. Doi:10.37149/Jia.V7i5.63.
- Peristiwo, Hadi. 2020. "Indonesian Food Industry On Halal Supply Chains." *Food Sciencetech Journal* 1(2):69. Doi:10.33512/Fsj.V1i2.6475.
- Putera, Ab Sarca, Reno Fernandes, Khairul Fahmi, Ayu Adriyani, Irene Santika Vidiadari, Annisa Citra Triyandra, Sri Oktika Amran, Muhammad David Hendra, Evelynd Evelynd, And Relly Anjar Vinata Wisnu Saputra. 2023. "Pemberdayaan Umkm Coffee Shop Melalui Pendampingan Pengembangan Kelas Pelatihan Kopi Profesional." *Abdi: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat* 5(2):212–21. Doi:10.24036/Abdi.V5i2.444.
- Putra, Wawas Bangun Tegar Sunaryo. 2022. "Problems, Common Beliefs And Procedures On The Use Of Partial Least Squares Structural Equation Modeling In Business Research." *South Asian Journal Of Social Studies And Economics* 1–20. Doi:10.9734/Sajsse/2022/V14i130367.
- Putri, Hidayatul, And Mellyna Eka Yan Fitri. 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di Situ Koffie Padang." *Journal Of Business Economics And Management* 2(1).

- Putri, Salma Maulidina Zaini, And Clarashinta Canggih. 2025. "Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Customer Experience, Label Halal Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Skincare Avoskin." 8.
- Ramasamy, Ganesh, Gomala Devi, And Puvaneswary. 2024. "Conceptual Review Of Consumer Satisfaction Theories With Expectation-Confirmation And Disconfirmation Paradigm For Business Sustainable Growth And Decision Making." *F1000research* 13:1399. Doi:10.12688/F1000research.158612.1.
- Rawat, Jyoti, And Bikramjeet Singh Mann. 2018. "A Framework Defining Customer Experience Construct And Measurement." *International Journal Of Management Studies* V(3(4)):35. Doi:10.18843/Ijms/V5i3(4)/04.
- Ribeiro, Áurea Helena Puga, Anandy Kassis De Faria Alvim Hannas, And Plínio Rafael Reis Monteiro. 2015. "Satisfaction, Value And Loyalty In The Consumption Experience: An Empirical Test." Pp. 119–119 In *Proceedings Of The 2007 Academy Of Marketing Science (Ams) Annual Conference, Developments In Marketing Science: Proceedings Of The Academy Of Marketing Science*, Edited By D. Sharma And S. Borna. Cham: Springer International Publishing.
- Ridwan, Muhammad And Luki Adiati Pratomo. 2023. "Halal-Labeled Food Shopping Behavior: The Role Of Image, Trust, And Satisfaction With Attitude." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3(2):3697–3706. Doi:10.25105/Jet.V3i2.18126.
- Rifai, D., D. B. Sihite, And N. Pratiwi. 2018. *Analisis Jalur Terhadap Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Prestasi Kumulatif (Ipk) Mahasiswa*. Jurnal Statistika Industri Dan Komputasi.
- Robbani, Zidan Rizki, Alviyandi Agim Mulyadin, Aang Curatman, And Rahmadi. 2025. "The Influence Of Brand Image And Customer Experience On Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction." *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia* 10(8):6015–27. Doi:10.36418/Syntax-Literate.V10i8.61202.
- Rodas, Jairo Antonio, And Luz Alexandra Montoya. 2018. "Methodological Proposal For The Analysis And Measurement Of Sensory Marketing Integrated To The Consumer Experience." *Dyna* 85(207):54–59. Doi:10.15446/Dyna.V85n207.71937.
- Rosyadi, Imam, Fenilinas Adi Adi Artanto, And M. Yusuf Febrianto. 2021. "Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di Rto Dengan Structural Equation Modeling (Sem) Dan Partial Least Square (Pls)." *Indonesian Journal Of Strategic Management* 4(1). Doi:10.25134/Ijsm.V4i1.5287.

- Rumengan, Christina Mayreta Y., Victor P. K. Lengkong, And Regina T. Saerang. 2023. "Pengaruh Standar Operasional Prosedur (Sop) Dan Job Insecurity Terhadap Turnover Intention Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Pada Karyawan Koperasi Savior Motoling." *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 11(4):614–25. Doi:10.35794/Emba.V11i4.51952.
- Safitri, Annisa, Fatimatu Zahroh, Rafi Naufaliadi, Ramadhon Tricahyo Nugroho, Mohammad Sofyan, Nur Fitri Rahmawati, And Anita Maulina. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Sofyan Frozen." *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management* 2(2):470–78. Doi:10.53363/Buss.V2i2.99.
- Salciuviene, Laura, Pervez N. Ghauri, Audra I. Mockaitis, And Claudio De Mattos. 2009. "Brand Image Perceptions Across Cultures: A Study Of Symbolic And Functional Associations." Pp. 177–91 In *Advances In International Marketing*. Vol. 20, Edited By R. R. Sinkovics And P. N. Ghauri. Emerald Group Publishing Limited.
- Salma, Aulia Mutiara. 2025. "Perkembangan Industri Halal Di Indonesia." 3(1).
- Saputra, Radiansyah Harry, Siti Mariam, And Abdul Haeba Ramli. 2024. "The Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Coffee Shop." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 12(5):1697–1714. Doi:10.37641/Jimkes.V12i5.2824.
- Sijabat, Fannysia Theresa Juliarta Br, Ainun Mardhiyah, And Onan Marakali Siregar. 2025. "Pengaruh Service Quality Dan Product Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan: (Studi Pada Pelanggan Kopi Kenangan Di Kota Binjai)." *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi* 3(4):17–29. Doi:10.59581/Jmki-Widyakarya.V3i4.5572.
- Simanjuntak, Natalia Rosauli Basa, And Djumarno Djumarno. 2023. "The Influence Of Brand Image, Service Quality And Price On Consumer Satisfaction (Study On Consumers Of Kopi Kenangan, Tebet)." *International Journal Of Social Service And Research* 3(2):491–507. Doi:10.46799/Ijssr.V3i2.272.
- Sitorus, Tigor, And Milawati Yustisia. 2018. "International Journal For Quality Research." Doi:10.18421/Ijqr12.03-06.
- Siyoto, S., And M. A. Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. In Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. 2018a. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mix Method)*. A. Alfabeta.

- Sugiyono. 2018b. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mix Method)*. B. Alfabeta.
- Suhartanto, Dwi, Marwansyah Marwansyah, Muhammad Muflih, Moh Farid Najib, And Irgiana Faturrohman. 2019. "Loyalty Formation Toward Halal Food: Integrating The Quality–Loyalty Model And The Religiosity–Loyalty Model." *British Food Journal* 122(1):48–59. Doi:10.1108/Bfj-03-2019-0188.
- Surya, Ni Kadek Ayu Ratih. 2019. "Social Opportunity On Coffee Shop." *International Journal Of Life Sciences & Earth Sciences* 2(1):13–18. Doi:10.31295/Ijle.V2n1.74.
- Syafikah, Nor Nabila, And Nur Asnawi. 2024. "The Influence Of Brand Image And Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Mediation Variable (Case Study: Scarlett Whitening Consumer In Malang City)." 3(7).
- Syahreza, Inka Prilla, And Nurmina Nurmina. 2024. "Pengaruh Psychological Comfort Terhadap Customer Satisfaction Coffee Shop Di Kota Padang." *Observasi : Jurnal Publikasi Ilmu Psikologi* 2(2):82–87. Doi:10.61132/Observasi.V2i3.388.
- Syty Nur Azizah And Kurniawati. 2023. "Pengaruh Customer Experience Terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Trust Dan Brand Affect Terhadap 5 Brand Skincare Lokal Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Trisakti* 3(1):1147–60. Doi:10.25105/Jet.V3i1.15616.
- Tamimah, Tamimah, Sri Herianingrum, Inayah Swasti Ratih, Khofidlotur Rofi'ah, And Ummi Kulsum. 2018. "Halalan Thayyiban: The Key Of Successgul Halal Food Industry Development." *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman* 4(2):171–86. Doi:10.36420/Ju.V4i2.3501.
- Tanudjaja, Arvian Yoel, And Liem Bambang Sugiyanto. 2023. "The Influence Of Customer Experience And Brand Awareness On Customer Loyalty Mediated By Customer Satisfaction (Empirical Study: Yoshinoya Restaurant Customers In Dki Jakarta)." *Journal Research Of Social Science, Economics, And Management* 3(02):323–32. Doi:10.59141/Jrssem.V3i02.542.
- Thalhah . 2020. "Indonesian Consumer Behaviour Model In Choosing Halal Food." *International Journal Of Scientific And Research Publications (Ijsrp)* 10(10):731–35. Doi:10.29322/Ijsrp.10.10.2020.P10691.
- Trihudiymanto, M., Ari Prananditya, And Muhammad Amjed Iqbal. 2022. "Brand Image Islamic: Halal Food Product Quality In Relationship To Repurchase Intention." *Journal Of Digital Marketing And Halal Industry* 4(1):1–15. Doi:10.21580/Jdmhi.2022.4.1.8291.

- Uray, Nimet, And Cem Duran. 2018. "Managing And Measuring Customer Experience: A Literature Review." *Pressacademia* 5(1):63–72. Doi:10.17261/Pressacademia.2018.817.
- Waluya, Aris Insan, M. Ali Iqbal, And Rhian Indradewa. 2019. "How Product Quality, Brand Image, And Customer Satisfaction Affect The Purchase Decisions Of Indonesian Automotive Customers." *International Journal Of Services, Economics And Management* 10(2):177. Doi:10.1504/Ijsem.2019.100944.
- Wiatur, Wiatur, Sintya Lusinda, Fakia Zikri Abdul Karim, And Sri Yuli Rahayu. 2025. "Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Mediasi Brand Image Yang Di Moderasi Oleh Kualitas Produk Kopi Kenangan." *Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran* 2(02):93–103. Doi:10.59422/Lmp.V2i02.588.
- Wu, Yuchen. 2025. "Research On The Influence Of Preference Change On Market Demand From The Perspective Of Consumer Behavior Theory." *Highlights In Business, Economics And Management* 60:484–91. Doi:10.54097/00237z22.
- Yamin, Sofyan. 2023. *Olah Data Statistik Smartpls 3 Smartpls 4 Amos & Stata (Mudah & Praktis) Edisi Iii*. Dewangga Energi Internasional Publishing.
- Yi, Youjae, And Suna La. 2004. "What Influences The Relationship Between Customer Satisfaction And Repurchase Intention? Investigating The Effects Of Adjusted Expectations And Customer Loyalty." *Psychology & Marketing* 21(5):351–73. Doi:10.1002/Mar.20009.
- Zalukhu, Felicia Natalie, And Cen Lu. 2025. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Tomorro Coffee." *Peng: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2(3):3790–98. Doi:10.62710/A4vqw465.
- Zeithaml, Valarie A., Leonard L. Berry, And A. Parasuraman. 1996. "The Behavioral Consequences Of Service Quality." *Journal Of Marketing* 60(2):31–46. Doi:10.1177/002224299606000203.
- Zeithaml, Valarie A, Parasuraman A, Berry, And Leonard L. 1990. *Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions And Expectations*. New York: New York : Free Press ; London : Collier Macmillan.