

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)*
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA USAHA GEROBAK KOPI KELILING DI KOTA
PALANGKA RAYA)**

Oleh
Moch Abrar
223020302145

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen
Bidang Konsentrasi Pemasaran



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM)
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA USAHA GEROBAK KOPI KELILING DI KOTA
PALANGKA RAYA)**

Oleh

Moch Abrar

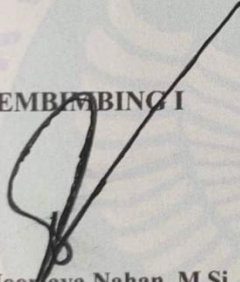
223020302145

SKRIPSI

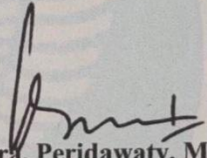
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen
Bidang Konsentrasi Manajemen Pemasaran

Palangka Raya, 21 Juli 2026

PEMBIMBING I

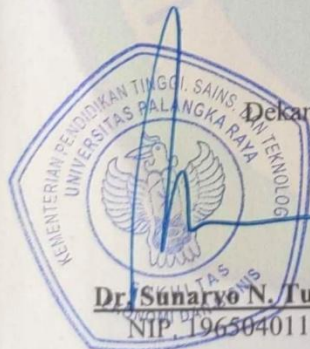

Drs. Noorhaya Nahan, M Si
NIP. 19610814 199002 1 001

PEMBIMBING II


Dra. Peridawaty, MM
NIP. 19660109 199401 2 001

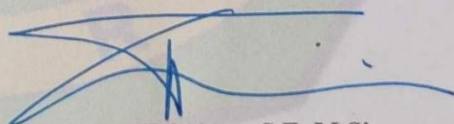
Mengetahui,

Dekan,



Dr. Sunaryo N. Tuah, S.E., M.P
NIP. 196304011987031007

Ketua Jurusan,



Dr. Vivv Kristinae, S.E, M.Si
NIP. 19840910 2015042001

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA USAHA GEROBAK KOPI KELILING DI KOTA PALANGKA RAYA)

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Moch Abrar
NIM : 223020302145
Jurusan : Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di depan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya.

DEWAN PENGUJI

Nama Lengkap:

Tanda Tangan:

Pembimbing 1 : Drs. Noorjaya Nahan, M Si

Pembimbing 2 : Dra. Peridawaty, MM

Penguji : Drs. Aston Pakpahan, MM

Ditetapkan di : Palangka Raya
Tanggal : 21 Juli 2026

IDENTITAS TIM PENGUJI

JUDUL SKRIPSI:

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(STUDI PADA USAHA GEROBAK KOPI KELILING DI KOTA PALANGKA
RAYA)**

NAMA MAHASISWA : Moch Abrar
NIM : 223020302145
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN

TIM PENGUJI

KETUA : Drs. Noorjaya Nahan, M.Si
ANGGOTA : Dra. Peridawaty, MM
ANGGOTA : Drs. Aston Pakpahan, MM

Tanggal Ujian : 21 Juli 2026
No SK Penguji : 3893/UN24.4/KP2026

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Palangka Raya maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 Bab XX tentang sanksi karya ilmiah skripsi dan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palangka Raya, 13 Juli 2026

Yang membuat pernyataan,



Moch Abrar

NIM. 223020302145

RIWAYAT HIDUP



DATA DIRI

Nama : Moch Abrar
Tempat/Tanggal Lahir : Samuda, 30 Juli 2004
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Yos Sudarso, gg. Gajah Mungkur No. 31
No. Telp : 083150565935
Email : abrarsanji@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

SDN 1 Basirih Hilir	2010 – 2016
SMP IT Al-Madaniyah Samuda	2016 – 2019
SMAS IT Al-Madaniyah Samuda	2019 – 2022

Dengan demikian daftar riwayat hidup penulis dibuat sebagaimana adanya dalam bentuk singkat

Palangka Raya, 13 Juli 2026

Moch Abrar

NIM. 223020302145

ABSTRAK

Moch Abrar (2026), Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada usaha Gerobak Kopi Keliling di Kota Palangka Raya). Skripsi Jurusan Manajemen, Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya. Pembimbing : (I) Drs. Noorjaya Nahan, M.Si. (II) Dra. Peridawaty, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel mediasi pada pelanggan Gerobak Kopi Keliling di Kota Palangka Raya. Riset ini diarahkan untuk mengisi *research gap* pada literatur manajemen pemasaran mengenai tren bisnis minuman siap saji berbasis mobilitas di kota menengah serta memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku UMKM.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif korelasional (eksplanatori). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Gerobak Kopi Keliling di Kota Palangka Raya, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan terhadap 90 responden melalui kuesioner terstruktur skala Likert. Data diolah menggunakan teknik analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* melalui perangkat lunak SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-WOM* dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan maupun Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Pelanggan juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Lebih lanjut, uji mediasi mengonfirmasi bahwa Kepuasan Pelanggan berperan sebagai mediator parsial yang secara signifikan menjadi jembatan antara pengaruh *E-WOM* dan Kualitas Produk dalam membentuk Loyalitas Pelanggan jangka panjang. Temuan ini menegaskan pentingnya mengelola ulasan di media sosial secara aktif serta menjaga konsistensi rasa dan penyajian produk untuk membangun loyalitas melalui penciptaan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

Moch Abrar (2026), *The Influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Product Quality on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable (A Study on Mobile Coffee Cart Businesses in Palangka Raya City)*. Undergraduate Thesis, Department of Management, Marketing Concentration, Faculty of Economics and Business, University of Palangka Raya. Advisors: (I) Drs. Noorjaya Nahan, M.Si. (II) Dra. Peridawaty, M.M.

This study aims to empirically analyze the influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) and Product Quality on Customer Loyalty, with Customer Satisfaction acting as a mediating variable among consumers of mobile coffee cart businesses in Palangka Raya City. This research is directed toward filling the research gap in marketing management literature regarding mobility-based ready-to-drink beverage business trends in medium-sized cities, while providing practical recommendations for MSME actors.

The research method employed is an explanatory quantitative correlational approach. The population in this study consists of all consumers in Palangka Raya City who have purchased and consumed products from mobile coffee carts, the sampling technique utilized was purposive sampling. Data analysis was conducted on 90 respondents via structured Likert-scale questionnaires. The gathered data were processed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through SmartPLS 4.0 software.

The results indicate that both E-WOM and Product Quality have a positive and significant effect on Customer Satisfaction as well as Customer Loyalty. Customer Satisfaction is also proven to exert a positive and significant influence on Customer Loyalty. Furthermore, the mediation analysis confirms that Customer Satisfaction serves as a partial mediator that significantly bridges the impact of E-WOM and Product Quality in establishing long-term Customer Loyalty. These findings emphasize that widespread positive reviews on social media and consistent product quality are the primary keys to driving consumer satisfaction, thereby attracting them to become loyal customers.

Keywords: *Electronic Word of Mouth (E-WOM), Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada usaha Gerobak Kopi Keliling di Kota Palangka Raya)”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Strata 1 (S-1) pada Program Studi Manajemen, di Bidang Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan dukungan sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Salampak, M.S. selaku Rektor Universitas Palangka Raya, yang penuh komitmen telah memimpin dan menciptakan lingkungan akademik yang lebih maju.
2. Dr. Sunaryo N. Tuah, SE., MP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya, atas dedikasi dan kontribusinya dalam mendukung suasana belajar bagi seluruh mahasiswa.
3. Dr. Vivvy Kristinae, SE., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya, yang telah memberikan izin dan kemudahan dalam proses penyusunan Skripsi ini.
4. Drs. Noorjaya Nahan, M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Utama, atas segala waktu, ilmu, motivasi, serta bimbingan yang diberikan sejak awal masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini selesai.
5. Dra. Peridawaty, M.M., selaku Dosen Pembimbing Kedua, atas waktu, ilmu, bimbingan, kritik, dan saran yang konstruktif selama proses penyusunan Skripsi.

6. Drs. Aston Pakpahan, MM., selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk hadir dan memberikan kritik serta saran yang membangun dalam sidang ujian Skripsi ini.
7. Staf administrasi Jurusan Manajemen yang selalu membantu dalam kelancaran administrasi perkuliahan penulis.
8. Kedua orang tua penulis, alm. Bapak H. Saiful dan Ibu Noor Laila, yang telah memberikan kasih sayang, nasihat, motivasi, memenuhi kebutuhan penulis, dukungan serta Doa yang tiada henti kepada penulis selama melalui proses perkuliahan, penulisan Skripsi ini sampai saat ini.
9. Kepada adik penulis, Naira Salsabila Azzahra yang selama ini telah menjadi alasan untuk tetap kuat dan bertahan, serta menjadi alasan untuk pulang ke rumah.
10. Kepada paman penulis, Damhudi, terima kasih tak terhingga atas bantuan finansial, dorongan, dan kepercayaan yang paman berikan sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan.
11. Seluruh pelaku usaha dan konsumen Gerobak Kopi Keliling di Kota Palangka Raya.
12. Kepada sahabat-sahabat penulis selama proses penelitian: Muhammad Iqbal Satrio, Nur Choerunisa, Muhammad Faizal Rizky, Oktami Nabella Tanjung, Kezia Aprilia Salomita, Afri Yoga dan Incan Laksamana Wijaya, yang telah menjadi rekan diskusi dan penyemangat ketika penulis kelelahan dan kesulitan selama proses penulisan.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan peningkatan kualitas penulisan pada tahap selanjutnya.

Palangka Raya, 13 Juli 2026
Penulis,

Moch Abrar
NIM. 223020302145

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Teoretis	10
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 <i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	12
2.1.2 Kualitas Produk	13
2.1.3 Loyalitas Pelanggan	15
2.1.4 Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran	22
2.4 Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis dan Sumber Penelitian	27
3.1.1 Jenis Penelitian.....	27
3.1.2 Sumber Data.....	28
3.2 Populasi dan Sampel.....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel.....	29

3.3 Instrumen Penelitian	31
3.3.1 Kuesioner	31
3.3.2 Skala Likert	31
3.4 Definisi Operasional Variabel	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Teknik Analisis Data	35
3.6.1 Analisis Deskriptif	35
3.6.2 <i>Partial Least Squares</i> (PLS)	36
3.6.3 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	36
3.6.3.1 Uji Validitas	36
3.6.3.2 Uji Reliabilitas	39
3.6.4 Model struktural (<i>Inner Model</i>)	40
3.6.5 Uji Signifikansi & Mediasi (Uji Hipotesis)	41
3.6.6 Analisis Pengaruh Mediasi	43
BAB IV HASIL PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.2 Karakteristik Responden	50
4.3 Analisis Hasil Penelitian	53
4.3.1 Analisis deskriptif variabel	53
4.3.2 Analisis Statistik	62
4.4 Pembahasan	79
4.5 Implikasi Penelitian	85
4.5.1 Implikasi Praktis	85
4.5.2 Implikasi Teoretis	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	22
Gambar 4.1 Hasil Algoritma SmartPLS 4.0	63
Gambar 4.2 Hasil Bootstrapping SmartPLS 4.0.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 skala Likert.....	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 4.1 Data Profil Penjual Gerobak Kopi Keliling di Jalan Yos Sudarso.....	47
Tabel 4.2 Data Profil Penjual Gerobak Kopi Keliling di Jalan G.Obos.....	47
Tabel 4.3 Data Profil Penjual Gerobak Kopi Keliling di Jalan RTA Milono	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden	50
Tabel 4.5 Daftar Responden dengan <i>Informed consent</i>	53
Tabel 4.6 Kategori Rata-Rata Jawaban Responden	54
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel <i>E-WOM</i> (X1)	56
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2).....	57
Tabel 4.9 Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)	59
Tabel 4.10 Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	61
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Convergent Validity.....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterion</i>).....	68
Tabel 4.13 Hasil <i>Cross Loading</i>	69
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	70
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	70
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i> (R^2)	71
Tabel 4.17 Hasil Model <i>Goodness of Fit</i>	72
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis	75
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis pengaruh tidak langsung	77

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., Hartono, J., & Usman, B. (2020). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis* (2, Ed.). UPP STIM YKPN.
- Agung, V., Kurniawan, A. P., & Juru, P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Borwita Citra Prima Maumere. *Jurnal Projemen UNIPA*, 9(2), 18–31. <https://doi.org/10.59603/projemen.v9i2.42>
- Allysa, N., Maharani, N., & Estri, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Ozon Parfum Fragrance. *Prosiding Manajemen*, 4(2), 775–779.
- Amaniah, N., & Tamonsang, M. (2026). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Lubake Donut Di Surabaya. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 11281–11292. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5701>
- Aminah. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan Banua Zahra Kelor di Kota Palu The Influence of Product Quality and Price on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction at Banua Zahra Kelor in Palu City*.
- Amrihani, H. A., & Ritonga, R. (2021). Nikmat Kopi dan Budaya Konsumerisme dalam Status Sosial Masyarakat Kota. *Warta ISKI*, 4(2), 89–98. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v4i2.133>
- Aulia, K. R., Prastyani, D., Meria, L., & Prasetyo, W. B. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(3), 3695–3712. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v14i3.1771>
- Candra, K. Y. A., & Yasa, N. N. K. (2023). *EVENT MARKETING, E-WOM, CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI: Konsep dan Aplikasi*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Creswell, J. W. (2023). *RESEARCH DESIGN Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Sixth). SAGE Publications, Inc.
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan: dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 12(1), 1–13.

- Dihandoko, D. P., & Adiani, N. (2022). Pengembangan Desain Gerobak Pedagang Kopi Dengan Ikon Tugu Alun-Alun Kota Mojokerto. *Jurnal Kreatif: Desain Produk Industri Dan Arsitektur*, 10(1), 29–46.
- Estifaza, & Yucha, N. (2023). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen Lembaga Kursus Berdasarkan Promosi, CRM, dan Kepercayaan*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Faiza, N., & Rachman, R. (2024). Perceived Value sebagai Mediasi Pengaruh E-Servicescape terhadap Loyalitas Pelanggan. *Growth*, 21(2), 458. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i2.3975>
- Faiza, N., Wahyuni, A., Azizah, R., Citra, Y., Firdaus, D. A., & Fauzi, A. A. (2025). Pengaruh Kepuasan Konsumen dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk dan *E-WOM* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pengguna TikTok Shop di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Abdurachman Saleh Situbondo 2022-2023). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 22(2), 454. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v22i2.6074>
- Fauzan, M. F., Wedhasmara, A., Tania, K. D., & Putra, A. (2025). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan di Akun Instagram @rooftopin.nesia. *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 14(4), 2540–9719. <https://doi.org/10.55681/ijms.v5i2.2131>
- Ferdinand, A. (2020). *Metode penelitian manajemen: Pedoman untuk penulisan skripsi, tesis, dan disertasi ilmu manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferine, K. F., & Juniarti. (2022). *Pelayanan SDM*. Selat Media.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk penelitian Empiris*. Badan Penerbit Univesitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Badan Penerbit Undip.
- Ginting, M., & Joe, S. (2024). Potensi Kualitas Produk terhadap Peningkatan Loyalitas Pelanggan melalui Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan pada Japanese Fast Food. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 14(2), 157–169. <https://doi.org/10.55601/jwem.v14i2.1405>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, Marko. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage.
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford publications.

- Her mawan, J. P. P. O., & Fauzi, R. U. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Nilai Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Listrik Di Kota Madiun. *Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press (Universitas Dr. Soetomo, Surabaya).
- Insani, K. (2022). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Pelayanan, dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Mie Gacoan Makamhaji Solo)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017). *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-52459-7>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing: Global Edition* (19th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0 Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons, Inc.
- Mahendra, S., & Damanik, F. A. (2025). Pengaruh E-WOM dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 4(1), 20–34. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v4i1.7446>
- Mazwar, M., & Kuleh, Y. (2023). Pengaruh E-WOM dan kualitas produk serta lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 25(2), 408–417.
- Munawaroh, S., & Alvionita, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada Pelanggan Swasana Café Berau. *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 8(1), 19–29. <https://doi.org/10.35914/jemma.v8i1.3084>
- Nasir, A. (2020). STUDI KELAYAKAN BISNIS (Pedoman Memulai Bisnis Era Revolusi Industri 4.0). In Kodri (Ed.), *CV. Adanu Abimata*. Penerbit Adab (CV. Adanu Abimata).
- Nawastuti, N., & Irmawati. (2023). Pengaruh Influencer dan E-WOM terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan TikTok Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1415–1421. <https://doi.org/10.37034/infkeb.v5i4.735>

- Pemayun, T. I. P. K., & Kusumadewi, N. M. W. (2024). Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 13(5), 746–767. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2024.v13.i05.p02>
- Pratama, C. N. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian Kopi di Point Coffee Kota Malang*. Universitas Brawijaya.
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Putri, V. H. (2024, November 23). *Daya Tarik Kedai Kopi di Mata Anak Muda 2024 - GoodStats*. <https://Goodstats.Id/Article/Daya-Tarik-Kedai-Kopi-Di-Mata-Anak-Muda-2024-Kebiasaan-Pengeluaran-Dan-Alasan-Mereka-ZTfhp>.
- Rahmadhani, S., Nofirda, F. A., & Sulistyandari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Merek dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Merek Apple) [The Effect of Product Quality, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty with Customer Satisfaction as a Mediating Variable (Study on Apple Brand)]. *DeReMa (Development Research of Management): Jurnal Manajemen*, 17(2), 205. <https://doi.org/10.19166/derema.v17i2.5569>
- Safitri, D., & Arina, N. (2022). The Trend of Drinking Coffee Culture as Indonesian Culture. *Proceeding of The 2nd International Conference on Humanities, Education, Law, and Social Sciences (ICHELSS 2022)*, 117–124.
- Sagita, O., & Alam, I. A. (2025). *The Effect of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Story Coffee*.
- Salah, R. E. S., Musa, M. I., Abadi, R. R., Musa, C. I., & Aswar, N. F. (2026). Pengaruh Influencer Marketing dan *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Sosial E-Commerce Tiktok Shop (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Manajemen FEB UNM). *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 13284–13297. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5726>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach Uma* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Septiani, V. A., Wijayanti, C. I., Larasati, U., Nazhiifah, A. K., & Zuhri, S. (2024). Analisis Perilaku Konsumen pada Kopi Keliling sebagai Alternatif Gaya Hidup Gen Z. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 5(4).

- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan di Bekasi Timur. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 692–708. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.352>
- Soinbala, R., & Bessie, J. L. D. (2020). Pengaruh *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83. <https://doi.org/10.35508/glory.v1i1.3047>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syuflana, T., & Tarigan, E. (2024, October 2). *Starlings, Indonesia's bicycle coffee sellers, peddle the streets of Jakarta*. <https://Apnews.Com/Article/Indonesia-Coffee-Bicycle-Sellers-C03ca73c49a901e55878f938583107b0>.
- Tampubolon, C. F., & Hutabarat, A. O. P. (2025). *Pengaruh Influencer, E-WOM dan Kualitas Produk Skintific terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi pada pengguna TikTok Shop di Kecamatan Sunggal*. Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis.
- Tannady, H., Suyoto, Y. T., Purwanto, E., & Anugrah, A. I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Aren Tangerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Wahyudi, D. I. (2025). *Peran Perceived Enjoyment dan Electronic Word of Mouth (E-WOM) dalam Meningkatkan Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Mediasi*.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, M. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Indomie di Semarang. *Solusi*, 21(1), 10–19. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6064>
- Yucha, N., Arif, D., & Sevana, B. C. (2024). *Perilaku Konsumen Terkait Loyalitas Pelanggan*. CV. Intelektual Manifes Media.