

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Hasil Pra Survey Kepuasan Konsumen Pada Coffee Shop Marlina Kopi Tahun 2025.....	6
Tabel 1. 2	Hasil Pra Survey Digital service quality Pada Coffee Shop Marlina Kopi Tahun 2025.....	9
Tabel 1. 3	Hasil Pra Survey Kualitas Produk Pada Coffee Shop Marlina Kopi Tahun 2025.....	11
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	51
Tabel 3. 2	Skala Likert	57
Tabel 3. 3	Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi.....	58
Tabel 3. 4	Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi.....	61
Tabel 3. 5	Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi.....	63
Tabel 3. 6	Jadwal Kegiatan Penelitian	66
Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4. 3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan/Status	70
Tabel 4. 4	Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	71
Tabel 4. 5	Tafsiran Nilai Rata-rata.....	72
Tabel 4. 6	Saya dapat memesan kopi di Marlina Kopi melalui platform digital dengan mudah dan cepat	73
Tabel 4. 7	Proses pembayaran digital di Marlina Kopi berjalan lancar tanpa memerlukan banyak langkah.....	74
Tabel 4. 8	Pesanan konsumen melalui platform digital Marlina Kopi selalu diproses sesuai dengan yang konsumen pesan.....	75
Tabel 4. 9	Produk yang ditampilkan di platform digital Marlina Kopi sesuai dengan yang konsumen terima.....	76
Tabel 4. 10	Platform digital Marlina Kopi jarang mengalami gangguan (error) saat konsumen gunakan.....	77
Tabel 4. 11	Konsumen tidak pernah mengalami kendala teknis saat memesan melalui platform digital Marlina Kopi	78

Tabel 4. 12 Konsumen merasa data pribadi konsumen aman saat bertransaksi di platform digital Marlina Kopi	79
Tabel 4. 13 Informasi pembayaran konsumen tidak pernah disalahgunakan selama bertransaksi di Marlina Kopi.....	80
Tabel 4. 14 Admin Marlina Kopi merespons pertanyaan atau keluhan konsumen melalui platform digital dengan cepat	81
Tabel 4. 15 Informasi yang diberikan Marlina Kopi melalui media digital (WhatsApp/Instagram) jelas dan mudah dipahami	82
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Digital Service Quality.....	83
Tabel 4. 17 Intepretasi Untuk Digital Service Quality.....	84
Tabel 4. 18 Kopi yang disajikan Marlina Kopi memiliki rasa yang enak dan konsisten setiap kali konsumen memesan.....	86
Tabel 4. 19 Kualitas kopi Marlina Kopi tidak berubah meskipun konsumen datang di waktu yang berbeda.....	87
Tabel 4. 20 Marlina Kopi menyediakan banyak pilihan menu kopi yang menarik sesuai selera konsumen	88
Tabel 4. 21 Terdapat varian minuman yang unik dan berbeda dari coffee shop lain di Marlina Kopi	89
Tabel 4. 22 Kopi yang disajikan Marlina Kopi tetap enak dan tidak berubah rasa hingga konsumen habiskan.....	90
Tabel 4. 23 Bahan-bahan yang digunakan Marlina Kopi terasa segar dan berkualitas setiap kali konsumen beli.....	91
Tabel 4. 24 Tampilan penyajian kopi di Marlina Kopi terlihat menarik dan menggugah selera.....	92
Tabel 4. 25 Kemasan produk Marlina Kopi (cup, stiker, dll.) terlihat rapi dan estetik.....	93
Tabel 4. 26 Konsumen percaya bahwa kopi yang dijual Marlina Kopi menggunakan bahan baku berkualitas tinggi	94
Tabel 4. 27 Marlina Kopi memberikan kesan sebagai coffee shop yang mengutamakan mutu produknya	95
Tabel 4. 28 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Kualitas Produk.....	96
Tabel 4. 29 Intepretasi Untuk Kualitas Produk.....	97
Tabel 4. 30 Rasa dan kualitas kopi di Marlina Kopi sesuai dengan harapan konsumen sebelum membelinya	99

Tabel 4. 31 Pelayanan yang konsumen terima dari Marlina Kopi sudah sesuai dengan yang konsumen harapkan	100
Tabel 4. 32 Pengalaman konsumen bertransaksi di Marlina Kopi (langsung maupun digital) sangat menyenangkan	101
Tabel 4. 33 Konsumen merasa puas dengan keseluruhan proses pemesanan dan penerimaan produk dari Marlina Kopi	102
Tabel 4. 34 Kualitas kopi dan pelayanan Marlina Kopi sudah sesuai atau bahkan melebihi harapan konsumen	103
Tabel 4. 35 Konsumen puas karena Marlina Kopi memberikan apa yang dijanjikan melalui media promosi mereka	104
Tabel 4. 36 Setelah mencoba produk Marlina Kopi, konsumen tidak merasa kecewa dengan pilihan konsumen.....	105
Tabel 4. 37 Konsumen merasa produk Marlina Kopi layak untuk dibeli kembali berdasarkan pengalaman konsumen.....	106
Tabel 4. 38 Secara keseluruhan, konsumen puas dengan produk dan layanan yang diberikan Marlina Kopi	107
Tabel 4. 39 Kenyataan yang konsumen rasakan saat mengonsumsi produk Marlina Kopi sesuai dengan yang konsumen bayangkan sebelumnya.....	108
Tabel 4. 40 Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Untuk Kepuasan Konsumen.....	109
Tabel 4. 41 Intepretasi Untuk Kepuasan Konsumen.....	110
Tabel 4. 42 Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif.....	111
Tabel 4. 43 Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Digital service quality</i> Terhadap Kepuasan Konsumen.....	112
Tabel 4. 44 Tabulasi Hasil Perhitungan Kualita Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	117
Tabel 4. 45 Tabulasi Hasil Perhitungan <i>Digital service quality</i> dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen	122
Tabel 4. 46 Tabel Rekapitulasi Analisis Verifikatif.....	130