

PENGARUH VARIASI MENU DAN KUALITAS PRODUK MENU TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI THREE FOLKS ICE CREAM DAN COFFEE BATAM

The Influence Of Menu Variation And Menu Product Quality On Consumers' Interest To Buy In Three Folks Ice Cream And Coffee Batam

Yohana Parhusip, Eva Amalia

Manajemen Kuliner, Batam Tourism Polytechnic, Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Sekupang, 29425, Indonesia

ABSTRACT

*The background of this research is the fluctuation in sales at Three Folks Ice Cream and Coffee Batam in the period June 2022 to November 2022, so it is necessary to know what factors influence consumer interest. The high level of competition in the Caffe and Restaurant business indicates that consumers are in the very potential category, but other producers are required to be more careful in reading the needs and desires of consumers. The purpose of this study was to determine the effect of Menu Variation and Quality of Menu Products on consumer buying interest at Three Folks Ice Cream and Coffe Batam. The sample of this research is consumers who have made purchases at Three Folks Ice Cream and Coffe Batam with an age range of 13-50 years. The method in this research is a quantitative method using the SPSS 25 computer program. The sample for this study was 100 respondents, which was conducted on consumers at Three Folks Ice Cream and Coffe Batam. Data collection was carried out using interviews, observation, documentation and questionnaires. Data analysis technique using multiple linear regression analysis. The results of the t test, namely menu variations, have a tcount of 2,664, product quality of 4,958. The results of the f test, namely menu variations and product quality, have an fcount of 65,437. The results of this study indicate that (1) menu variations affect consumer buying interest (2) product quality influences consumer buying interest (3) menu variations and product quality simultaneously affect consumer buying interest. **Keywords: Menu Variation, Product Quality, Consumer Purchase Interest***

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya fluktuasi penjualan di Three Folks Ice Cream dan Coffe Batam dalam kurung waktu Juni 2022 hingga November 2022, sehingga perlu diketahui faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Tingginya tingkat persaingan bisnis Caffe maupun Restaurant menandakan bahwa konsumen dalam kategori sangat potensial, namun disisi lain produsen dituntut untuk semakin cermat dalam membaca kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Variasi Menu dan Kualitas Produk Menu terhadap minat beli konsumen di Three Folks Ice Cream dan Coffe Batam. sampel penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Three Folks Ice Cream dan Coffe Batam dengan rentang usia 13-50 tahun. Metode dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan program computer SPSS 25. dan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden yang dilakukan pada konsumen di Three Folks Ice Cream dan Coffe Batam. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil uji t yaitu variasi menu memiliki thitung 2.664, kualitas produk 4.958. Hasil uji f yaitu variasi menu dan kualitas produk memiliki nilai fhitung sebesar 65.437. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variasi menu berpengaruh terhadap minat beli konsumen (2) kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen (3) variasi menu dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap minat belikonsumen.

Kata Kunci: Variasi Menu, Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen

PENDAHULUAN

Kafe dan restoran siap saji saat ini merupakan tren gaya hidup bagi kaum dewasa. Kafe dan resto siap saji dianggap sebagai tempat makan yang meghadirkan suasana santai yang dibutuhkan. kafe dapat menjadi sarana bersantai bersama teman, keluaraga, dan bersosialisasi dengan teman bisnis, dan ada juga yang datang menikmati suasana kesendirian. Oleh sebab itu menikmati jamuan di kafe dan restoran siap saji menjadi kebiasaan atau tren gaya hidup bagi kaum dewasa saat ini.

Semakin ketatnya persaingan bisnis, menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak alternatif produk, harga dan kualitas yang bervariasi, sehingga pelanggan akan selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 2005). Variasi menu merupakan salah satu factor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Setiap konsumen memiliki selera makan yang berbeda-beda, jika restoran menyediakan menu beraneka ragam atau bervariasi, akan lebih memudahkan restoran untuk menarik konsumen.

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. kualitas layanan memberikan satu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pelanggan pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996). Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan baik atau sama yang di harapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung kan mencobanya kembali, begitupula sebaliknya (Kosanke, 2019).

Menurut Weenas (2013:609) kualitas produk adalah kemampuan untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut lainnya. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini didukung berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Halim & Iskandar, 2019) yang menunjukkan kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Menurut Weenas (2013:609) kualitas produk adalah kemampuan untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut lainnya. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas produk memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini didukung berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Halim & Iskandar, 2019) yang menunjukkan kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Three Folks Ice Cream & Coffee adalah sebuah kafe pada awalnya berdiri di Jakarta Bara yang dimulai pada bulan Februari 2017, Lambang dari Three Folks Ice Cream adalah Enter The Octopus yaitu gambar gurita sebagai simbol personifikasi Three Folks, sosok makhluk cerdas yang sangat adiptif punya tiga jantung dengan darah biru. Pada tahun 2022 tepat di bulan Februari Three Folks membuka cabangnya di Batam memiliki pelanggan yang cukup ramai, letaknya yang cukup strategis karena berada di pinggir jalan besar dapat memudahkan konsumen untuk menemukan Three Folks sehingga tak jarang juga untuk konsumen melihat tempat ini pada siang hari untuk sekedar istirahat menikmati kopi, es krim, maupun makan siang. Penataan yang rapi, bersih, sejuk dan diberikan nuansa tumbuhan di dalam ruangan membuat tempat ini nyaman untuk tempat berkumpul keluarga maupun menjadi tempat untuk berkerja atau di era sekarang menyebutnya (work from coffe) karena fasilitas yang diberikan Three Folks dengan adanya Wifi menjadikan tempat ini sering dikunjungi dan menjadi tempat yang nyaman bagi pekerja.

Three Folks Ice Cream & Coffee merupakan kafe yang menginspirasi dengan kopi dan es krim beserta ragam menu yang ada. Visi Three Folks adalah “Menginspirasi Semua Orang Melalui Kopi dan Es krim”, Didirikan atas dasar passion dan visi 3 orang dengan profesi berbeda beda, Three Folks didirikan dengan tujuan untuk menginspirasi banyak orang melalui kopi dan es krim. Berkomitmen untuk selalu membuat segala kreasi dengan baik dan sungguh sungguh, berfokus pada kemudahan untuk dinikmati, dan membangun sebuah ekosistem yang menyenangkan. Dengan terus melakukan yang terbaik untuk mencapai kesempurnaan dalam karya, bertujuan untuk menjadi brand kopi dan ice cream yang menginspirasi setiap orang untuk melakukan yang terbaik dalam hidupnya. Inspirasi untuk menggapai mimpi, hidup penuh semangat, dan menciptakan dampak positif dalam semua hal yang mereka lakukan.

Adapun faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah Variasi Menu. Menurut (Angriani, 2018) dalam Ariyan (2011) menu adalah suatu susunan beberapa macam hidangan yang disajikan pada waktu tertentu. Menu dapat terdiri dari satu macam hidangan yang lengkap atau tidak lengkap, juga dapat berupa hidangan untuk makan atau sarapan pagi, untuk makan siang atau makan malam saja ataupun hidangan makan untuk satu hari penuh dengan atau tanpa makan selingan.

Selain itu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah Kualitas Produk. Kualitas Produk merupakan sebagai bentuk pernyataan tingkat kepuasan konsumen, kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan (Amelia, 2021).

Dari kesimpulan diatas semua faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli seperti Varian menu dan kualitas produk menu belum tentu dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya secara optimal, sehingga perlu adanya evaluasi kembali beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembeli. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Produk Menu Terhadap Minat Beli Konsumen Di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam

BAHAN DAN METODE

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 bulan. Peralatan yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya Observasi, Wawancara, Dokumentasi dan kuesioner.

Dalam penelitian ini, rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan penelitian empiris yang datanya berbentuk angka-angka. Penelitian yang digunakan penulis yaitu penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah usaha sadar dan sistematis untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah yang ingin diteliti dan berusaha mendapatkan informasi lebih mendalam dan luas terhadap suatu fenomena dengan menggunakan tahap-tahap penelitian dengan pendekatan kuantitatif (Rahmiati, 2018).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan menggunakan pendekatan purposive sampling. Menurut Sugiyono (2014) purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online dengan menggunakan google form pada bulan November.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) version 25. Analisis data dilakukan dengan beberapa tahap yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis yaitu uji t dan uji f, dan uji r².

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan jenis kelamin, diperoleh jumlah responden perempuan sebanyak 59 orang atau 59% dari total jumlah responden dan responden laki-laki sebanyak 41 orang atau 41% dari total jumlah responden. Berdasarkan usia, diperoleh 69 orang berusia 22-30 tahun, 24 orang berusia 13-21 tahun, 5 orang berusia 31-40 tahun, 2 orang berusia 41-50 tahun. Berdasarkan pekerjaan, diperoleh 47 orang sebagai mahasiswa, 32 orang sebagai karyawan/wirausaha, 12 orang sebagai lainnya, 9 orang sebagai PNS/dosen/guru.

Hasil -1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas ataupun keduanya memiliki distribusi data normal atau penyebaran statistik pada sumbu diagonal dari grafik distribusi normal yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat histogram dari residualnya (Rahmiati, 2018). Dalam uji normalitas, penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Adapun ketentuan dalam pengambilan keputusan uji normalitas ini dengan melihat nilai Sig. Monte Carlo (2-tailed) > 0,05 maka dinyatakan residual berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan bantuan program SPSS 25.0. Dengan demikian data tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga bisa dikatakan berdistribusi normal. Nilai Kolmogorov Smirnov. Sig (2-tailed).

Hasil-2 Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilakukan apabila jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Berikut hasil uji multikolonieritas dengan menggunakan program SPSS version 25. Hasil Uji Multikolonieritas Coefficients: menunjukkan bahwa nilai tolerance pada variabel variasi menu sebesar 0,399 > 0,1 variabel kualitas produk sebesar 0,399 > 0,1. Selanjutnya, kedua variabel tersebut juga memperoleh nilai VIF < 2.509. Jadi, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari multikolonieritas.

Hasil-3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Metode untuk melihat ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dengan menggunakan Uji Glejser. Pada uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES1). Adapun ketentuan dalam uji heteroskedastisitas dengan melihat nilai signifikansi absolut residual > 0,05, maka terbebas dari heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan program SPSS version 25.

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel variasi menu sebesar 0,658 > 0,05, signifikansi variabel kualitas produk sebesar 0,058 > 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Hasil-4 Analisis Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui analisis pengaruh variasi menu dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Hasil persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa variasi menu lebih berpengaruh terhadap minat beli konsumen dibandingkan kualitas produk.

Hasil-5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen dan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil-6 Uji Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2 benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (kepuasan konsumen). Cara melakukan uji t dengan tingkat signifikansi () = 0,05 adalah dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel. Apabila ttabel thitung, maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Sedangkan apabila ttabel thitung, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

Berikut hasil uji t pada penelitian ini dengan bantuan program SPSS versi 25. 1. Variabel variasi menu (X1) memperoleh nilai thitung sebesar 2,664 lebih besar dari 1,985. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variasi menu secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen di

Three Folks Ice Cream & Coffe Batam. Variabel kualitas produk (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,958 lebih besar dari 1,985. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffe Batam.

Hasil-7 Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen dilakukan dengan menggunakan uji F test yaitu dengan cara membandingkan antara Fhitung dengan Ftabel. Apabila Ftabel > Fhitung, maka Ho diterima dan Ha ditolak, apabila Ftabel < Fhitung, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Berikut adalah hasil uji F yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25.

Hasil Uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 65.437. artinya variable variasi menu dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen berpengaruh secara simultan.

Hasil -8 Hasil uji Koefisien Determinasi (R²)

Bertujuan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi dengan melihat nilai R². Untuk mencari nilai koefisien determinasi ini, penulis menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi. Hasil koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa nilai R² pada penelitian ini sebesar 0,574 atau jika dalam bentuk persen (0,574 x 100) menjadi 57,4%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variasi menu dan kualitas produk memberikan pengaruh terhadap minat beli konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffe Batam sebesar 57,4%. Sedangkan sisanya 42,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Variasi Menu (X₁) terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variasi Menu berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t variabel variasi menu Thitung variasi menu (X₁) 2.664 > ttabel 1.985. Instrument variabel variasi menu memiliki nilai rata-rata atau mean variabel sebesar 3.96 yang berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel variasi menu berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam, tetapi mengindikasikan bahwa setiap peningkatan ataupun penurunan jumlah pengunjung di Three Floks Ice Cream & Coffee Batam dipengaruhi oleh variasi menu, namun variabel variasi menu dapat menjadi sebuah pertimbangan pengusaha dalam mencari strategi penjualan yang baik dan tepat untuk sebuah usaha.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Karya, 2019) dimana Variasi menu secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen dan signifikan terhadap minat beli

konsumen. Hal ini berarti setiap peningkatan maupun penurunan minat beli kosumen dipengaruhi oleh peningkatan ataupun penurunan yaitu variasi menu dimana Variasi Menu yang disediakan tidak terdaftar dalam daftar menu, oleh karena itu variasi menu merupakan varian makanan yang disediakan pemilik usaha kuliner, yang memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya dalam waktu yang bersamaan.

Pengaruh Kualitas Produk (X₂) Terhadap Minat Beli Konsumen(Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t variabel kualitas produk (X₂) Thitung 4958 > ttabel 1.985. Instrumen variabel kualitas produk memiliki nilai rata-rata atau mean variabel sebesar 3.97 yang berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh Three Folks Ice Cream & Coffee Batam dimana kualitas produk konsisten dan selalu memberikan kualitas yang baik kepada konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Suriani, 2014) dimana kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal menunjukkan setiap peningkatan maupun penurunan minat beli kosumen dipengaruhi oleh kualitas produk yang dimana kualitas produk tersebut harus ditingkatkan lagi dari segi kebersihan harga, maupun porsi agar pembeli akan tertarik lagi untuk mengunjungi Three Folks Ice Cream & Coffee Batam.

Pengaruh Variasi Menu (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) Secara Bersama-sama Terhadap Minat Beli Konsumen (Y)

Penelitian ini juga melakukan uji secara simultan atau secara bersama-sama untuk melihat apakah keseluruhan variabel dalam penelitian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil uji f menunjukkan bahwa keseluruhan variabel secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen, dimana hal ini ditunjukkan oleh hasil Fhitung pada penelitian ini sebesar 65.437 lebih besar dari Ftabel sebesar 3.090. Hasil uji determinasi (R²) menunjukkan bahwa angka sebesar 0,578 atau sebesar 57,8% maka dapat dikatakan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini ialah variasi menu dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam sebesar 57,4% atau sisanya 42,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukan didalam model regresi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:
Variabel (X1) Variasi Menu berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa variasi menu makanan di Three Folks Ice Cream & Coffe Batam tidak sesuai di daftar menu saat konsumen ingin membeli makanan. Variabel (X2) Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam. Hal ini ditunjukkan dengan makanan nya yang kurang enak, dan tingkat kematangan ayam nya terlalu matang dan membuat ayam terebut menjadi keras tekstur dagingnya, dan terdapat mie pasta yang terlalu lembek dan asin. Variabel (X1 dan X2 terhadap Y) variasi menu dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Three Folks Ice Cream & Coffee Batam dikarenakan kedua factor tersebut merupakan faktor penting yang tentunya harus diperhatikan dan dimaksimalkan fungsinya agar minat beli konsumen juga ikut meningkat

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Kfcarjuna Medan Perjuangan). *Niagawan*, 11(1), 37. <https://doi.org/10.24114/niaga.v11i1.32678>
- Amelia, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEALER TONO MOTOR DI KOTA SEMARANG.
- Angriani, A. (2018). PENGARUH VARIAN MENU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CATERING UKHUWAH DI MAKASSAR.
- Ariningtyas, E., & K, I. A. K. R. (2020). MENGUJI PENGARUH KERAGAMAN MENU, KUALITAS PRODUK, STORE ATMOSPHERE, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WEDANGAN JIMBOENG. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan ISSN : 1979-2700 Vol 7, No 1 (2020) ; p.115-123; Htps://E-Journal.Stie-Aub.Ac.Id/Index.Php/Excellent*, 7(1), 115–123.
- Cholik, F. I., Rufial, & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga , Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering. *Fakutas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI Jalan Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat 10340*, 5(1), 58–67.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Karya, H. (2019). Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Warunk Upnormal Di Kota Makassar. *BPENGARUH VARIASI MENU, HARGA DAN SUASANA TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNK UPNORMAL DI KOTA MAKASSAR*, 95. <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t150.e9647>
- Kosanke, R. M. (2019). 濟無No Title No Title No Title. 3, 322–337. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3953>
- Lina Sari Situmeang. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- Maylinda, R. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI MENU DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPI SOE KOTA JAMBI.
- N Hidayat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 2503–4413.
- Nonis, M. F. (2019). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Skripsi*, 1–27.
- Rahmiati. (2018). Pengaruh Lokasi, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gepuk Pak Gembus Palembang.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(1), 1–12.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Santoso, S. A. (2019). Pengaruh variasi menu, harga, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan warung tegal di kecamatan ciputat timur.
- Saputra, V. N., Mulyati, A., & Andayani, S. (2015). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1, 1–14.
- Silvia, E., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Cita Rasa Dan Varian Menu Ayam Geprek Abu Ahda Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi (MEKA) Vol 3, No 1, Mei 2022, Pp. 404-412 p-ISSN 2686-1372, e-ISSN 2686-4363*

- [Http://ejurnal.poltekktutaraja.ac.id/index.php/meka](http://ejurnal.poltekktutaraja.ac.id/index.php/meka), 3(1), 404–412.
- Suriani. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TAHU PADA USAHA TAHU RESKI AMANAH DI KABUPATEN TAKALAR.
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36 Arief. Jurnal Lentera Bisnis, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Tanjung, A. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA RESORT CAFÉ ATMOSPHERE BANDUNG. 17(2), 97–108.
- Tohirin, A. (2021). KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King ' s Matador Majenang) SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN).
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Kfcarjuna Medan Perjuangan). Niagawan, 11(1), 37. <https://doi.org/10.24114/niaga.v11i1.32678>
- Amelia, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEALER TONO MOTOR DI KOTA SEMARANG.
- Angriani, A. (2018). PENGARUH VARIAN MENU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CATERING UKHUWAH DI MAKASSAR.
- Ariningtyas, E., & K, I. A. K. R. (2020). MENGUJI PENGARUH KERAGAMAN MENU, KUALITAS PRODUK, STORE ATMOSPHERE, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WEDANGAN JIMBOENG. Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan ISSN : 1979-2700 Vol 7, No 1 (2020) ; p.115-123; <https://E-Journal.Stie-Aub.Ac.Id/Index.Php/Excellent>, 7(1), 115–123.
- Cholik, F. I., Rufial, & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga , Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI Jalan Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat 10340, 5(1), 58–67.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. Jurnal Ilmu Dan Riset ..., 4(3), 415–424.
- Karya, H. (2019). Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Warunk Upnormal Di Kota Makassar. BPENGARUH VARIASI MENU, HARGA DAN SUASANA TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNK UPNORMAL DI KOTA MAKASSARusiness, 95. <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t150.e9647>
- Kosanke, R. M. (2019). 濟無No Title No Title No Title. 3, 322–337. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3953>
- Lina Sari Situmeang. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- Maylinda, R. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI MENU DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPISOE KOTA JAMBI.
- N Hidayat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 10(1), 2503–4413.
- Nonis, M. F. (2019). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace Shopee. Skripsi, 1–27.
- Rahmiati. (2018). Pengaruh Lokasi, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gepuk Pak Gembus Palembang.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. Diponegoro Journal Of Management, 6(1), 1–12.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 7(2), 7–8.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Bensu Rawamangun). Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Santoso, S. A. (2019). Pengaruh variasi menu, harga, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan warung tegal di kecamatan ciputat timur.
- Saputra, V. N., Mulyati, A., & Andayani, S. (2015). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya). Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis, 1, 1–14.
- Silvia, E., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Cita Rasa Dan Varian Menu Ayam Geprek Abu Ahda Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi (MEKA) Vol 3, No 1, Mei 2022, Pp. 404-412 p-ISSN 2686-1372, e-ISSN 2686-4363 [Http://ejurnal.poltekktutaraja.ac.id/index.php/meka](http://ejurnal.poltekktutaraja.ac.id/index.php/meka), 3(1), 404–412.
- Suriani. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TAHU

- PADA USAHA TAHU RESKI AMANAH DI KABUPATEN TAKALAR.
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36 Arief. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Tanjung, A. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA RESORT CAFÉ ATMOSPHERE BANDUNG. 17(2), 97–108.
- Tohirin, A. (2021). KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King ' s Matador Majenang) SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN).
- Afnina, A., & Hastuti, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 21–30. <https://doi.org/10.33059/jseb.v9i1.458>
- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Kfcarjuna Medan Perjuangan). *Niagawan*, 11(1), 37. <https://doi.org/10.24114/niaga.v11i1.32678>
- Amelia, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEALER TONO MOTOR DI KOTA SEMARANG.
- Angriani, A. (2018). PENGARUH VARIAN MENU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CATERING UKHUWAH DI MAKASSAR.
- Ariningtyas, E., & K, I. A. K. R. (2020). MENGUJI PENGARUH KERAGAMAN MENU, KUALITAS PRODUK, STORE ATMOSPHERE, DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI WEDANGAN JIMBOENG. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan* ISSN : 1979-2700 Vol 7, No 1 (2020) ; p.115-123; <https://E-Journal.Stie-Aub.Ac.Id/Index.Php/Excellent>, 7(1), 115–123.
- Cholik, F. I., Rufial, & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga , Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering. *Fakutas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Persada Indonesia YAI Jalan Diponegoro No. 74 Jakarta Pusat 10340*, 5(1), 58–67.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Karya, H. (2019). Pengaruh Variasi Menu, Harga Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Warunk Upnormal Di Kota Makassar. *BPENGARUH VARIASI MENU, HARGA DAN SUASANA TEMPAT TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WARUNK UPNORMAL DI KOTA MAKASSAR* *business*, 95. <http://www.oxfordreference.com/views/ENTRY.html?subview=Main&entry=t150.e9647>
- Kosanke, R. M. (2019). 濟無No Title No Title No Title. 3, 322–337. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v3i2.3953>
- Lina Sari Situmeang. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 26. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- Maylinda, R. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, VARIASI MENU DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KEDAI KOPISOE KOTA JAMBI.
- N Hidayat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 2503–4413.
- Nonis, M. F. (2019). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Marketplace Shopee. *Skripsi*, 1–27.
- Rahmianti. (2018). Pengaruh Lokasi, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Ayam Gepuk Pak Gembus Palembang.
- Ramadhan, A. G., & Santosa, S. B. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(1), 1–12.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen Geprek Benu Rawamangun). *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Santoso, S. A. (2019). Pengaruh variasi menu, harga, jam kerja, dan lama usaha terhadap pendapatan warung tegal di kecamatan ciputat timur.
- Saputra, V. N., Mulyati, A., & Andayani, S. (2015). Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya). *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1, 1–14.
- Silvia, E., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Cita Rasa Dan Varian Menu Ayam Geprek Abu Ahda Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi (MEKA)* Vol 3, No 1, Mei 2022, Pp. 404-412 p-ISSN 2686-1372, e-ISSN 2686-4363 <http://Ejurnal.Poltekkutaraja.Ac.Id/Index.Php/Meka>, 3(1), 404–412.
- Suriani. (2014). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TAHU PADA USAHA TAHU RESKI AMANAH DI KABUPATEN TAKALAR.

- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PERUSAHAAN A-36 Arief. Jurnal Lentera Bisnis, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Tanjung, A. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA RESORT CAFÉ ATMOSPHERE BANDUNG. 17(2), 97–108.
- Tohirin, A. (2021). KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Konsumen Angkringan Modern King ' s Matador Majenang) SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN).