

## **Pengaruh Varian Menu Minuman Terhadap Kepuasan Pelanggan di Naturalis Koffie**

R. Naurah Fatimah<sup>1</sup>✉, Arif Hidayat<sup>2</sup>, Rina Ekawati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Pariwisata dan Bahasa, Universitas Pertiwi, Bekasi, Indonesia

### **Abstrak**

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variasi menu minuman terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat dalam mengumpulkan data responden sebanyak 63. Untuk teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif 1. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui dan menjadi mampu untuk menjelaskan karakteristik variabel yang diteliti dalam suatu situasi. Hasil dari penelitian ini adalah berdasarkan analisis regresi linear sederhana berdasarkan nilai  $t$  : diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $7,223 >$  tabel  $2.453$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Trust Variasi Menu Minuman (X) berpengaruh terhadap variable Partisipasi Kepuasan Pelanggan (Y).

**Kata Kunci : Variasi Menu, Kepuasan pelanggan**

### **Abstract**

*This study aims to determine how the effect of beverage menu variations on customer satisfaction. This research uses a questionnaire as a tool in collecting data on 63 respondents. For the analysis technique used is quantitative descriptive analysis. Descriptive analysis is used to determine and be able to explain the characteristics of the variables studied in a situation. The results of this study are based on simple linear regression analysis based on the  $t$  value: it is known that the  $t_{hitung}$  value is  $7.223 >$  table  $2.453$ , so it can be concluded that the Trust variable Drink Menu Variations (X) has an effect on the Customer Satisfaction Participation variable (Y).*

**Key words: Menu Variations, Customer Satisfaction**

---

Copyright (c) 2024 R. Naurah Fatimah

✉ Corresponding author : [23330010@pertiwi.ac.id](mailto:23330010@pertiwi.ac.id)

Email Address : [23330010@pertiwi.ac.id](mailto:23330010@pertiwi.ac.id); [arif.hidayat@pertiwi.ac.id](mailto:arif.hidayat@pertiwi.ac.id) ; [rina.ekawati@pertiwi.ac.id](mailto:rina.ekawati@pertiwi.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan industri kuliner makanan dan minuman di Indonesia telah mengalami kemajuan yang signifikan, terutama dalam era globalisasi ini. Industri ini tidak hanya menjadi salah satu sektor yang menunjukkan kontribusi tinggi terhadap perekonomian nasional, tetapi juga menjadi penanda kemajuan sosial dan budaya masyarakat. Berdasarkan laporan dari berbagai sumber berita pada tahun 2022, industri makanan dan minuman tetap tumbuh meskipun menghadapi tantangan besar dari pandemi COVID-19. Pada kuartal II 2022, pertumbuhan sektor ini mencapai

3,68%, meningkat dari 2,95% pada periode yang sama di tahun 2021. Angka-angka ini menunjukkan bahwa sektor makanan dan minuman mampu bertahan dan bahkan bangkit dari penurunan yang terjadi selama pandemi, dengan tren pertumbuhan yang terus meningkat di tahun-tahun berikutnya.

Industri makanan dan minuman di Indonesia mencerminkan daya tahan dan adaptabilitas para pelaku usaha dalam menghadapi situasi sulit. Ketika banyak sektor lain mengalami kemunduran, bisnis kuliner justru menemukan cara-cara baru untuk tetap relevan dan menarik pelanggan. Digitalisasi dan inovasi dalam layanan, seperti pemesanan online dan layanan antar, telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ini. Selain itu, munculnya tren konsumsi yang lebih sehat dan berkelanjutan juga telah mempengaruhi perkembangan produk dan layanan dalam industri ini, yang semakin menambah diversifikasi dan daya tarik sektor ini.

Dalam beberapa tahun terakhir, restoran dan kafe telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari gaya hidup modern di Indonesia. Fenomena ini bukan hanya tentang makanan dan minuman semata, tetapi juga tentang pengalaman dan interaksi sosial. Kafe, khususnya, telah menjadi pusat aktivitas sosial dan profesional, di mana orang-orang tidak hanya bersantai, tetapi juga bekerja, belajar, dan mengadakan pertemuan. Hal ini menunjukkan pergeseran dalam fungsi kafe dari sekadar tempat makan menjadi ruang multifungsi yang memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat modern. Pertumbuhan bisnis kuliner ini menciptakan persaingan yang semakin ketat, sehingga para pelaku usaha di sektor ini perlu terus berinovasi dalam menyusun strategi pemasaran yang matang dan kreatif untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka.

Perkembangan positif dalam industri makanan dan minuman membuka peluang besar bagi para pelaku usaha untuk memulai atau mengembangkan bisnis mereka di sektor ini. Dengan banyaknya pilihan ide bisnis yang tersedia, para pengusaha dapat memilih model bisnis yang paling sesuai dengan minat dan keahlian mereka. Namun, untuk berhasil dalam industri yang kompetitif ini, diperlukan strategi yang tepat yang mampu mengintegrasikan berbagai aspek penting dalam layanan makanan, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Layanan makanan dalam industri restoran, misalnya, mencakup aspek-aspek seperti kualitas makanan, suasana lingkungan fisik, serta interaksi antara karyawan dengan pelanggan. Kombinasi yang baik antara semua aspek ini akan membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan, yang pada akhirnya akan menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas mereka.

Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh pengalaman mereka selama berada di restoran atau kafe. Beberapa penelitian telah menunjukkan bahwa variasi makanan merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Variasi ini tidak hanya mencakup berbagai jenis hidangan yang ditawarkan, tetapi juga bagaimana makanan tersebut disajikan, serta inovasi yang dilakukan dalam menciptakan rasa yang unik dan berbeda. Selain itu, penelitian juga menyoroti pentingnya atmosfer atau suasana rumah makan, yang meliputi elemen-elemen seperti warna, desain interior, pencahayaan, dan tata letak. Semua elemen ini secara signifikan mempengaruhi perilaku dan persepsi pelanggan, serta keputusan mereka untuk kembali mengunjungi tempat tersebut.

Di samping variasi makanan dan atmosfer, kualitas layanan juga merupakan faktor penting yang menentukan kepuasan pelanggan. Penerapan Standard Operating Procedure (SOP) yang baik dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional,

meminimalkan kesalahan, menyelesaikan masalah dengan cepat, serta melindungi tenaga kerja. Semua ini secara langsung berkontribusi pada kepuasan pelanggan, karena mereka akan merasakan layanan yang konsisten dan profesional. Oleh karena itu, dalam industri restoran, rasa makanan, suasana tempat, dan kualitas pelayanan menjadi tiga pilar utama yang menjadi tolok ukur kepuasan pelanggan.

Naturalis Koffie, sebuah kafe yang didirikan pada tahun 2020, telah mengambil langkah yang tepat dengan mengusung tema natural dalam konsepnya. Tema ini tidak hanya mencerminkan pilihan desain interior yang ramah lingkungan, tetapi juga mencerminkan filosofi dari menu dan layanan yang disajikan. Dalam upaya menjaga kualitas serta konsistensi rasa minuman yang dijual, penting bagi Naturalis Koffie untuk terus melakukan analisis terhadap berbagai aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian tentang variasi menu minuman terhadap kepuasan pelanggan di Naturalis Koffie bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya akan membantu kafe ini dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif.

Dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti variasi menu, kualitas layanan, dan atmosfer kafe, diharapkan Naturalis Koffie dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggan. Peningkatan kepuasan pelanggan ini tidak hanya akan berdampak pada loyalitas pelanggan yang lebih tinggi, tetapi juga akan memperkuat posisi kompetitif kafe ini di industri kuliner yang semakin berkembang pesat di Indonesia. Upaya berkelanjutan untuk memperbaiki dan mengembangkan aspek-aspek ini akan membantu Naturalis Koffie untuk terus beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar, serta memastikan keberlanjutan bisnisnya di masa depan.

Naturalis Koffie adalah coffee shop yang terletak di Jl. KH. Aguls Salim No.36, Bekasi, Jawa Barat, dan didirikan pada 20 Agustus 2020. Coffee shop ini mengalami popularitas yang pesat selama pandemi COVID-19 dan sejak itu telah mengubah konsepnya menjadi lebih modern dengan nuansa alami. Bangunan bergaya modern yang dilengkapi dengan berbagai tanaman hijau memberikan suasana yang nyaman bagi pengunjung. Naturalis Koffie menawarkan berbagai variasi minuman, termasuk kopi espresso, kopi manual brew, dan minuman non-kopi. Dengan jam operasional dari pukul 15.00 hingga 23.00 pada hari kerja, dan hingga 23.30 pada akhir pekan, tempat ini juga dilengkapi dengan fasilitas seperti café, live music, toilet bersih, dan area parkir luas.

Visi Naturalis Koffie adalah "Keramahan, kebersihan, dan pengenalan produk kami demi kenyamanan pelanggan untuk kembali lagi." Struktur perusahaan terdiri dari beberapa posisi kunci: Owner sebagai pemilik yang menentukan arah perkembangan, Manager yang mengelola operasional dan finansial, Assistant Manager yang membantu Manager, Supervisor yang bertanggung jawab atas operasional, Admin yang menangani administrasi dan manajemen, Leader Barista yang mengawasi barista dan kontrol kualitas, Barista yang membuat pesanan, Cashier yang melayani pembayaran, dan Waiters yang mengantarkan makanan dan minuman kepada pelanggan. Struktur ini dirancang untuk memastikan layanan yang efisien dan pengalaman yang memuaskan bagi pelanggan.

Menu adalah daftar yang mencantumkan nama dan harga produk makanan serta minuman yang ditawarkan kepada pelanggan, bisa dalam bentuk à la carte atau table d'hôtel. Variasi menu adalah elemen penting dalam bisnis makanan dan minuman, yang berfungsi untuk menarik minat pelanggan dan memenuhi berbagai

preferensi mereka. Dengan menyediakan variasi dalam rasa, jenis makanan dan minuman, serta ketersediaan menu, bisnis dapat menarik pelanggan dan mendorong mereka untuk mencoba berbagai produk. Selain itu, variasi menu membantu pelanggan memilih sesuai keinginan mereka, meningkatkan kepuasan, dan mengurangi kemungkinan mereka berpindah ke tempat lain (Lelstari & Novitaningtyas, 2021).

Menurut Kotler dan Keller, indikator variasi menu meliputi ukuran produk yang bervariasi, jenis produk, bahan, desain, dan kualitas yang berbeda. Ardiansyah F (2020) menambahkan bahwa variasi produk termasuk ukuran, jenis, bahan, dan desain harus disesuaikan dengan preferensi pelanggan. Sementara itu, Nisa Anggraini Putri (2020) menyebutkan prioritas dalam menyusun menu, seperti memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, mutu produk, ketersediaan makanan dan minuman, serta keseimbangan antara jumlah produksi dan operasional. Variasi menu yang efektif tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga meningkatkan daya tarik dan kepuasan mereka.

Kepuasan pelanggan adalah faktor krusial bagi setiap perusahaan, yang mencerminkan evaluasi pelanggan terhadap pelayanan atau produk yang diterima. Menurut Tarigan et al. (2020), kepuasan pelanggan merupakan respons terhadap apakah pelayanan atau produk memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Rangkuti (2011) menambahkan bahwa kepuasan adalah respons pelanggan terhadap perbedaan antara harapan mereka dan kinerja yang dirasakan setelah penggunaan. Kepuasan ini berfungsi sebagai indikator keberhasilan layanan atau produk, yang mempengaruhi keputusan pembelian kembali dan rekomendasi kepada orang lain. Pelanggan yang puas cenderung menjadi loyal, sedangkan pelanggan yang tidak puas mungkin beralih ke kompetitor.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi yang dihasilkan, harga, dan promosi (Tjiptolamp & Chandra, 2018). Kualitas produk dan pelayanan harus sesuai dengan ekspektasi pelanggan untuk menciptakan kepuasan. Emosi positif yang timbul dari pengalaman layanan dapat meningkatkan rasa percaya diri pelanggan terhadap merek. Harga yang kompetitif dan promosi yang menarik juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk mengukur kepuasan pelanggan, perusahaan dapat menggunakan metode seperti sistem keluhan dan saran, survei kepuasan, analisis kehilangan pelanggan, dan mystery shopping. Metode ini membantu perusahaan dalam memahami kebutuhan pelanggan, mengevaluasi kekuatan dan kelemahan layanan, serta membuat perbaikan yang diperlukan.

## **METODOLOGI**

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif diterapkan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis dan akurat. Pendekatan kuantitatif memungkinkan analisis data numerik untuk mengukur kepuasan pelanggan terhadap variasi menu minuman di Naturalis Koffie. Metode deskriptif digunakan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang kepuasan pelanggan tanpa memanipulasi variabel. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan data yang objektif dan dapat digeneralisasi, yang mendukung analisis yang rinci mengenai persepsi pelanggan.

Populasi penelitian mencakup seluruh pengunjung Naturalis Koffie, yang berjumlah 165 orang per minggu. Untuk memperoleh sampel yang representatif, digunakan rumus Slovin yang menghasilkan 63 responden. Teknik ini memastikan bahwa sampel yang diambil cukup untuk mewakili populasi dengan tingkat kesalahan yang dapat diterima. Kuesioner tertutup dengan skala Likert menjadi instrumen utama dalam pengumpulan data, memungkinkan penilaian terukur terhadap berbagai aspek menu minuman yang ditawarkan.

Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi pustaka dan dokumentasi. Studi pustaka melibatkan tinjauan teori yang relevan untuk mendukung analisis, sementara dokumentasi melalui observasi langsung memberikan konteks tambahan mengenai kondisi di lokasi penelitian. Kombinasi data primer dan sekunder memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang kepuasan pelanggan.

Penelitian ini dilaksanakan di Naturalis Koffie, Bekasi, dari Mei hingga September 2023. Selama periode ini, penelitian melalui tahapan pengajuan judul, pengumpulan data, bimbingan akademik, hingga sidang tugas akhir. Proses bimbingan dilakukan untuk memastikan metodologi dan analisis sesuai dengan standar penelitian, dan sidang tugas akhir merupakan kesempatan untuk mempresentasikan dan menguji hasil penelitian di hadapan panel akademik. Metodologi yang diterapkan bertujuan memberikan hasil yang valid dan bermanfaat untuk pengembangan menu minuman di Naturalis Koffie.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden yang berjumlah 63 orang di Naturalis Koffie menunjukkan bahwa 54% adalah perempuan dan 46% laki-laki. Sebagian besar responden berusia antara 21-25 tahun (52,4%), diikuti oleh 17-20 tahun (27%), 25-30 tahun (12,7%), dan lebih dari 30 tahun (7,9%). Mayoritas responden berstatus pelajar (60,3%), diikuti oleh karyawan swasta (23,8%), freelancer (6,3%), serta profesi lain seperti merchandise, driver ambulans, dan relawan masing-masing 1,6%. Frekuensi kunjungan terbanyak adalah 2 kali (42,9%), diikuti oleh 1 kali (34,9%), lebih dari 3 kali (15,9%), dan 3 kali (6,3%). Sebagian besar responden mengunjungi Naturalis Koffie untuk berkumpul (83,6%), diikuti oleh tujuan lain seperti belajar, bekerja, menghadiri acara, dan bersantai.

Uji validitas menggunakan SPSS Versi 25.0 menunjukkan bahwa semua item pada variabel X dan Y memiliki  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,248), sehingga seluruh indikator dinyatakan valid. Pada variabel X, item-item seperti porsi minuman yang sesuai kebutuhan pelanggan, inovasi produk kopi, variasi menu, penyajian menarik, dan kualitas produk semuanya valid dengan  $r$  hitung berkisar antara 0,710 hingga 0,832. Pada variabel Y, item terkait kepuasan pelanggan seperti rasa minuman yang sesuai harapan, niat berkunjung kembali, dan rekomendasi kepada kerabat juga valid dengan  $r$  hitung berkisar antara 0,738 hingga 0,861. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel X adalah 0,832 (5 item), dan untuk variabel Y adalah 0,752 (3 item), keduanya menunjukkan reliabilitas yang moderat, sehingga kuesioner ini dikatakan konsisten dan andal.

Tabel 1. Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		63
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.44959870
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.069
	Negative	-.109
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas, nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,118, yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 2. Uji r dan r Square

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 <sup>a</sup>	.461	.452	.45327

- a. Predictors: (Constant), ratavar
- b. Dependent Variable: ratakep

Berdasarkan tabel Model Summary di atas, dapat dijelaskan bahwa pengaruh variasi menu minuman diperoleh R sebesar 0,679, yang berarti pengaruh store atmosphere terhadap kepuasan tamu termasuk dalam kategori keeratan kuat. Koefisien determinasi (R square) sebesar 0,461 menunjukkan bahwa besaran pengaruh variasi menu minuman terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 46,1%.

Tabel 3. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.987	.402		2.453	.017
ratavar	.715	.099	.679	7.223	.000

- a. Dependent Variable: ratakep

Model regresi digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, regresi sederhana menunjukkan bahwa variasi menu (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y1), dengan persamaan regresi  $( Y1 = 0,987 + 0,715X1 )$ . Artinya, setiap peningkatan satu unit dalam variasi menu akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,715, dengan konstanta 0,987.

Tabel 4. Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.987	.402		2.453	.017

ratavar	.715	.099	.679	7.223	.000
---------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: ratakep

Berdasarkan tabel uji t, nilai signifikansi pengaruh variasi menu terhadap kepuasan pelanggan adalah 0,00, yang lebih kecil dari 0,05, dan nilai t hitung sebesar 7,223 lebih besar daripada nilai t tabel 1,99962. Oleh karena itu, hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (H1) diterima, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variasi menu terhadap kepuasan pelanggan.

## SIMPULAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa variasi menu minuman memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Naturalis Koffie. Berdasarkan data dari SPSS, nilai t hitung sebesar 7,223 melebihi nilai t tabel 2,453, yang mengindikasikan bahwa variasi menu (X) berkontribusi secara positif terhadap kepuasan pelanggan (Y). Ini berarti bahwa peningkatan dalam variasi menu dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara substansial.

Untuk mendorong kunjungan kembali ke Naturalis Koffie, penting bagi manajemen untuk terus melakukan inovasi dalam menu yang ditawarkan. Inovasi ini bisa mencakup pengembangan varian baru atau penyesuaian pada menu yang ada agar tetap menarik bagi pelanggan. Selain itu, keramahan tim pelayanan harus dipertahankan karena merupakan faktor krusial dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan mendorong pertumbuhan usaha. Menjaga kualitas dan rasa dari minuman yang disajikan juga sangat penting; kualitas yang konsisten dapat memperkuat kepuasan pelanggan dan memastikan loyalitas mereka terhadap Naturalis Koffie. Keberhasilan dalam ketiga aspek ini akan mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang usaha.

## Referensi :

- Afinia, & Hastuti, Y. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, Vol 9, NO 1, 21-30.
- Akdon. (2011). *Strategic Management For Educational Management : Manajemen Strategik Untuk Manajemen Pendidikan / Akdon*. Bandung: Alfabeta.
- Ardiansyah, F., & Aprianti, K. (2020). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantin Yuank Kota Bima*. Jurnal Brand. Vol 2 No 2.
- Astuti, F., Welsa, H., & Kurniawan, I. S. (2019). *Pengaruh Variasi Menu Dan Cita Rasa, Persepsi Harga, Kebersihan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Duta Minang Jl. Brigjen Katamso*. Jurnal Manajemen Dewantara.
- Evirasanti, M., Rahyuda, K., & Yasa, N. N. (2016). *Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan dan Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan dan Behavioral Intentions (Studi di Metis Restaurant)*. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.12, 4331-4358.
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). *Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeeville-Oishi Pan Magelang*. Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM.

- Moh.Mustaqim, & Amboningtyas, D. (2016). *Pengaruh Variasi Makanan, Pelayanan, Dan Atmosfer Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Rm. Borobudursemarang.*
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). *Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. Jurnal Basicedu Volume 5 Nomor 1, 446-452.*
- Ramdani, E. P., Farida, E., & Khalikussabir, K. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Equal Cafe. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 32-42.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, E. D., Wijaya, M., & Marbun, P. (2020). *The Influence of Lifestyle, Physical Environment, and Menu Variety on Customer Loyalty trough Customer Satisfaction in the Coffe Shop. International Journal of Research and Review, Vol. 7, 102-111.*
- Waworundeng, R. L., & Rasyid, S. R. (2023). *Penerapan Standar Operasional Prosedur Di Bidang Pengolahan Makanan Prima Food Solutions Jakarta Timur. JURNAL JIMEK Vol 3 No. 1, 75-80.*
- Wiratna Sujarweni, V. (2014). *Metodologi penelitian : lengkap, praktis, dan mudah dipahami.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.