

Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar

Ngakan Made Yoga Krisna Putra ⁽¹⁾
Ida Ayu Putu Widani Sugianingrat ⁽²⁾
Puti Atim Purwaningrat ⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia
e-mail: ngakankrisna49@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of taste and service quality on purchasing decisions at the Babi Guling Dirr Food Stall in Gianyar. This research was conducted at Babi Guling Dirr in Gianyar. The number of samples in this research was 100 consumers with the sample determination method, namely the accidental sampling method. Data collection methods during this research were observation, interviews, documentation and questionnaires. The data analysis techniques used are multiple linear regression analysis, coefficient of determination test, partial test and simultaneous test. The results in this research are that taste partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, so H1 is accepted. Service quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions, so H2 is accepted. There is a simultaneous positive and significant influence between taste and service quality together on purchasing decisions, so H3 is accepted.

Keywords: *Taste; Service Quality; purchasing Decisions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar. Penelitian ini dilakukan di Babi Guling Dirr di Gianyar. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang konsumen dengan metode penentuan sampel yaitu dengan metode accidental sampling. Metode pengumpulan data selama penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Teknik analisis data yang dipergunakan yaitu analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial dan uji simultan. Hasil dalam penelitian ini yaitu cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka H1 diterima. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian maka H2 diterima. Ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara cita rasa dan kualitas pelayanan secara bersama terhadap keputusan pembelian maka H3 diterima.

Kata kunci: *Cita Rasa; Kualitas Pelayanan; Keputusan Pembelian*

Pendahuluan

Kota Gianyar dikenal sebagai kota seni, kota budaya dan pariwisata. Ikon ini menjadi salah satu pendukung bagi pengusaha untuk membuka usahanya di Kota Gianyar. Usaha yang

berkembang di kota ini sangat beragam, mulai dari bisnis makanan (kuliner), pakaian (konveksi), dan kerajinan. Keberagaman bisnis yang demikian tentunya mempengaruhi persaingan bisnis. Bisnis yang berkembang sangat pesat adalah industri makanan atau dikenal dengan istilah kuliner. Ragam kuliner yang ditawarkan semakin banyak dan jumlah toko atau warung yang menawarkan kuliner tersebut. Pesatnya perkembangan bisnis warung makan membuat perusahaan sebagai penyedia jasa harus lebih inovatif dalam memasarkan makanannya, dimana kondisi pasar yang ada saat ini penuh dengan aneka macam menu makanan dan promosi inovatif yang ditawarkan. Melihat perubahan yang terjadi di pasar atau bahkan di tingkat konsumen individu itulah, sebuah perusahaan harus mampu merumuskan dan mengambil keputusan yang tepat mengenai suatu strategi pemasaran yang ditawarkan.

“Cita Rasa merupakan cara pemilihan makanan dan minuman yang harus dibedakan dari rasa makanan dan minuman tersebut cita rasa merupakan atribut makanan dan minuman yang meliputi penampakan, aroma, rasa, tekstur, dan suhu“ (Rasa et al., 2022). “Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut“ (Dilasari et al., 2022). (Hariyanto et al., 2022) “menyatakan bahwa variabel cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen“. cita rasa terdiri dari penampilan dan rasa makanan. Penampilan makanan meliputi warna, tekstur, bentuk, porsi, dan cara penyajian. Penampilan makanan merupakan salah satu faktor utama yang penting untuk memilih makanan, sedangkan rasa makanan meliputi aroma, tekstur, dan tingkat kematangan makanan.

“Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitas ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan publik tersebut“ (Haryani et al., 2022). (Alfairoza, 2022) “Menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja kualitas jasa pelayanan”. Menurut (Rijqi & Mulyono, 2023) “Kualitas pelayanan merupakan kinerja seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, rekan kerja, dan juga pimpinan”. Menurut penelitian (Wuntu, 2019) menyatakan “variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian“.

Menurut (Maimunah, 2020), Keputusan pembelian merupakan keputusan yang diambil untuk membeli merek yang paling disukai, namun dapat muncul dua faktor antara niat membeli dan keputusan pembelian. Sedangkan menurut (Jackson R.S. Weenas, 2013), keputusan pembelian adalah tindakan pemecahan masalah yang dilakukan individu ketika memilih pilihan perilaku yang sesuai di antara dua atau lebih pilihan perilaku, dan dianggap sebagai tindakan paling tepat dalam pembelian dengan memutuskan terlebih dahulu membuat tahapan proses produksi.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik Warung Babi Guling Dirr adanya penurunan jumlah kunjungan konsumen. Yang disebabkan perbedaan pendapat dari para owner mengakibatkan terjadi perpecahan dan memilih untuk membuka warung masing-masing, sehingga mengakibatkan penurunan jumlah pengunjung yang signifikan dari bulan januari hingga bulan September 2023.

Tabel 1. Data jumlah Pengunjung dan Omset Penjualan Pada Warung Makan Babi Guling Dirr tahun 2022

Bulan	Jumlah pengunjung 2023	Omset Penjualan 2023
Januari	6875	Rp 171.875.000,00
Februari	7560	Rp 189.000.000,00
Maret	6760	Rp 169.000.000,00
April	5260	Rp 131.500.000,00
Mei	8288	Rp 207.200.000,00
Juni	8316	Rp 207.900.000,00
Juli	9750	Rp 243.750.000,00
Agustus	5670	Rp 141.750.000,00
September	7532	Rp 188.300.000,00
Jumlah	66011	Rp 1.650.275.000,00

Sumber : Warung Makan Babi Guling Dirr (2023)

Berdasarkan tabel diatas, pada tahun 2023 dapat dijelaskan bahwa jumlah pengunjung yang datang ke warung Makan Babi Guling Dirr mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan hari raya besar umat Hindu di Bali seperti hari Raya Nyepi dan hari Raya Galungan dan Kuningan. Dapat dilihat pada bulan januari jumlah pengunjung yang datang sebanyak 6.875 orang. Pada bulan februari jumlah pengunjung naik menjadi 7.560 hal ini terjadi dikarenakan pada bulan ini warung tidak melakukan penutupan. Pada bulan maret terjadi penurunan jumlah pengunjung menjadi 6.760 hal ini dikarenakan hari Raya Selanjutnya di bulan April kembali terjadi penurunan jumlah pengunjung menjadi 5.260 orang.

Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk sebagai penelitian asosiatif dimana penelitian asosiatif adalah penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Marlien, 2022) “cita rasa

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya apabila cita rasa meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat“. Selain cita rasa, “kualitas pelayanan suatu wisata kuliner juga menjadi salah satu penentu dan menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian“ (Lestari & Dwijayanti, 2022). Mereka menemukan bahwa jika kualitas pelayanan meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian, penulis menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin adalah rumus statistik yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian berdasarkan populasi yang ada. Perhitungan sampel dalam penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 87.520 orang pengunjung. Sehingga jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 100 orang responden.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Deskripsi Variabel Cita Rasa

Tabel 2. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Cita Rasa

No	Pernyataan	Frekuensi Respon					Rata-rata	Kategori
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)		
1	Aroma makanan yang ditimbulkan dari Warung Makan Babi Guling Dirr sangat Kuat	1	2	8	30	58	4.42	Sangat Setuju
2	Aroma makanan dari Warung Makan Babi Guling Dirr sangat menggugah selera	0	3	5	34	58	4.47	Sangat Setuju
3	Rasa makanan dari Warung Makan Babi Guling Dirr memiliki cita rasa yang khas	1	3	4	39	53	4.40	Sangat Setuju
4	Rasa makanan dari Warung Makan Babi Guling Dirr sangat nikmat di lidah	0	1	4	45	50	4.44	Sangat Setuju
5	Kulit babi guling Warung Makan Babi Guling Dirr memiliki tekstur yang renyah	1	2	11	44	42	4.24	Sangat Setuju
6	Racikan daging babi guling Warung Makan Babi Guling Dirr sangat gurih	1	2	5	41	51	4.39	Sangat Setuju
Rata-Rata Keseluruhan							4.39	Sangat Setuju

Sumber data : diolah (2024)

Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa variabel cita rasa memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 4.39 dengan kategori sangat setuju, skor tertinggi yaitu pada pernyataan “Aroma makanan dari Warung Makan Babi Guling Dirr sangat menggugah selera” sebesar 4.47 dengan kategori sangat setuju, sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan “Kulit babi guling Warung Makan Babi Guling Dirr memiliki tekstur yang renyah” sebesar 4.24 dengan kategori sangat setuju.

Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 3. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Frekuensi Respon					Rata-rata	Kategori
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)		
1	Karyawan Warung makan Babi Guling Dirr sangat andal dalam melayani konsumen	0	2	14	37	47	4.29	Sangat Setuju
2	Karyawan Warung makan Babi Guling Dirr memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen	0	4	8	43	45	4.29	Sangat Setuju
3	Karyawan Warung makan Babi Guling Dirr membantu mencari tempat duduk untuk konsumen	1	3	14	41	41	4.18	Setuju
4	Karyawan Warung Makan Babi Guling Dirr sangat cepat dalam menyajikan makanan	2	0	14	41	43	4.23	Sangat Setuju
5	Warung makan Babi Guling Dirr memberikan jaminan higienitas dari makanannya	1	1	10	40	48	4.33	Sangat Setuju
6	Karyawan Warung Makan Babi Guling Dirr mampu memberikan kenyamanan pada konsumen	0	5	8	40	47	4.29	Sangat Setuju
7	Karyawan Warung Makan Babi Guling Dirr mampu memahami apa yang dibutuhkan konsumen	0	1	15	39	45	4.28	Sangat Setuju
8	Karyawan Warung Makan Babi Guling Dirr memberi perhatian kepada konsumen	1	2	9	43	45	4.29	Sangat Setuju
9	Karyawan di Warung Makan Babi Guling Dirr berpenampilan rapi	0	2	10	39	49	4.35	Sangat Setuju
10	Peralatan makanan di Warung Makan Babi Guling Dirr sangat bersih	1	1	4	41	53	4.44	Sangat Setuju
Rata-Rata Keseluruhan							4.30	Sangat Setuju

Sumber data : diolah (2024)

Tabel 3 dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 4,30 dengan kategori cukup setuju, skor tertinggi yaitu pada pernyataan “Peralatan makanan di Warung Makan Babi Guling Dirr sangat bersih” sebesar 4,44 dengan kategori sangat setuju, sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan “Karyawan Warung makan Babi Guling Dirr membantu mencarikan tempat duduk untuk konsumen” sebesar 4,18 dengan kategori setuju. Hal ini berarti karyawan Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar belum belum sigap dalam melayani karyawan.

2. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Variabel keputusan pembelian memiliki rata-rata keseluruhan sebesar 4,31 dengan kategori sangat setuju, skor tertinggi yaitu pada pernyataan “Warung Makan Babi Guling Dirr menjadi salah satu pilihan bagi pegawai atau karyawan sepulang mereka dari bekerja” sebesar 4,46 dengan kategori sangat setuju, sedangkan skor terendah yaitu pada pernyataan “Saya selalu menetapkan pilihan untuk mengkonsumsi atau membeli makanan di Warung Makan Babi Guling Dirr” sebesar 4,12 dengan kategori setuju. Hal ini berarti konsumen Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar sudah menetapkan diri untuk berbelanja Warung Makan Babi Guling Dirr.

Analisis Regresi Linear Berganda berguna untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

Tabel 2. Uji Regresi Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.908	2.783		1.404	0.163
	Cita Rasa	0.514	0.168	0.244	3.060	0.003
	Kualitas Pelayanan	0.797	0.095	0.671	8.397	0.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan hasil analisis regresi seperti yang disajikan pada tabel, maka dapat dibuat persamaan struktural $Y = 3,908 + 0,514 X_1 + 0,797 X_2$. Hasil persamaan tersebut menunjukkan besar dan arah pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat. Koefisien regresi yang bertanda positif berarti mempunyai pengaruh yang searah pada keputusan pembelian. Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan koefisien-

koefisiennya sebagai berikut: Nilai konstanta diasumsikan bahwa tanpa ditambahkan variabel cita rasa dan kualitas pelayanan, maka nilai keputusan pembelian bernilai sebesar 3,908. Apabila X_1 (cita rasa) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan dengan asumsi kualitas pelayanan dianggap tetap maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,514. Apabila X_2 (kualitas pelayanan) mengalami peningkatan sebesar 1 satuan dengan asumsi cita rasa dianggap tetap maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,797.

Tabel 3 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.878 ^a	0.770	0.765	3.697

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Cita Rasa

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh nilai determinasi total (*R Square*) yaitu sebesar 0,770 mempunyai arti bahwa sebesar 77% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel cita rasa dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 23% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Hasil Uji Hipotesis

1. Pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian

Untuk menguji H_0 diterima atau ditolak digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0 : \beta_1 = 0$, artinya cita rasa tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

$H_1 : \beta_1 > 0$, artinya cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

b. Ketentuan Pengujian

Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% (α) 0,05, dan derajat kebebasan: $n-k-1$, test dua sisi pada sisi kiri dan sisi kanan diperoleh nilai t-tabel (0,05; $n-k-1$) = (100-3) = 97, maka t tabel = 1,984

c. Kriteria Pengujian

- Jika t-hitung < 1,984 maka H_0 diterima berarti pengaruh tidak signifikan.
- Jika t-hitung > 1,984 maka H_0 ditolak berarti pengaruh signifikan.

d. Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung > t tabel ($3,060 > 1,984$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan hasil analisis data didapat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,003 kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,514 dan nilai t hitung $3,060 > t$ tabel 1,984. Hasil ini mempunyai arti bahwa cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Untuk menguji H_0 diterima atau ditolak digunakan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0 : \beta_2 = 0$, artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

$H_2 : \beta_2 > 0$, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

b. Ketentuan Pengujian

Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% (α 0,05, dan derajat kebebasan: $n-k-1$, test dua sisi pada sisi kiri dan sisi kanan diperoleh nilai t-tabel (0,05; $n-k-1$) = $(100-3) = 97$, maka t tabel = 1,984.

c. Kriteria Pengujian

- Jika t-hitung < 1,984 maka H_0 diterima berarti pengaruh tidak signifikan.
- Jika t-hitung > 1,984 maka H_0 ditolak berarti pengaruh signifikan.

d. Membandingkan t hitung dengan t tabel

Nilai t hitung > t tabel ($8,397 > 1,984$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Berdasarkan hasil analisis data didapat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,797 dan nilai t hitung $8,397 > t$ tabel 1,984. Hasil ini mempunyai arti bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

3. Pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Menguji signifikansi koefisien secara simultan atau untuk menguji pengaruh variabel bebas (cita rasa dan kualitas pelayanan) secara simultan/serempak terhadap variabel berikutnya (keputusan

pembelian) digunakan uji F. Maka dilakukan uji signifikansi dengan uji-F (F-test) yang di uji dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$, berarti cita rasa dan kualitas pelayanan, tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

$H_3 : \beta_1 = \beta_2 > 0$, berarti cita rasa dan kualitas pelayanan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

b. Ketentuan Pengujian

Menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% (α 0,05, data bebas perbandingan: k dan derajat penyebut: n-k-1 maka di peroleh nilai F tabel = 0,05 (k ; n-k-1), (100-3) = 97 dalam F_{tabel} didapat adalah $F_{(0,05; 97)} = 3,09$.

c. Kriteria Pengujian

- Jika F-hitung > 3,09 maka H_0 ditolak, berarti pengaruh signifikan
- Jika F-hitung < 3,09 maka H_0 diterima, berarti pengaruh tidak signifikan

d. Penerimaan dan Penolakan H_0

Hasil pengolahan data pada Lampiran 7 dengan menggunakan program SPSS diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 162,522 dengan signifikansi sebesar 0,000, Dalam penelitian ini diperoleh $df_1 = 2$, dan $df_2 = 97$, maka nilai F tabel = 3,09.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, $162,522 > 3,09$, dengan nilai sig, $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara cita rasa dan kualitas pelayanan secara bersama terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka didapat simpulan hasil penelitian yang dilaksanakan pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar adalah sebagai berikut, 1) Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar, yang artinya semakin baik cita rasa yang diberikan, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar. 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan

Babi Guling Dirr di Gianyar, yang artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

3) Cita rasa dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Warung Makan Babi Guling Dirr di Gianyar.

Daftar Pustaka

- Alfairoza, M. I. (2022). Pengaruh Brand Image , Brand Awareness , dan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Parfum HMNS. *Ssrn*, 1–6.
- Dilasari, E. M., Yosita, G., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Hariyanto, A. T., Wahyuni, S., & Widodo, J. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Warung Makan Bank One 2 Di Jalan Mastrip Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 16(1), 33–39. <https://doi.org/10.19184/jpe.v16i1.22938>
- Haryani, N. S., Budiraharjo, K., & Handayani, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Kopi Bubuk di UMKM Kopi Kapal Lampung. *Jurnal Litbang Provinsi Jawa Tengah*, 20(1), 65–78. <https://doi.org/10.36762/jurnaljateng.v20i1.946>
- Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>
- Lestari, L. D., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Fenomena Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1482–1491. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1482-1491>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rasa, P. C., Dan, H., Pelayanan, K., Rahayu, M., & Ningsih, R. (2022). *Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi*. 22(3), 281–291.
- Rijqi, V. A., & Mulyono, J. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Cita Rasa , Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Arabic Kebab Cikarang Bekasi*. 8(2), 176–189.
- Wuntu, C. R. A. (2019). Pengaruh Cita Rasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.