

PENGARUH CITA RASA, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE NADINE TANJUNGBALAI

Viza Riyanti¹, Tengku Syarifah^{2*}

Universitas Asahan, Asahan

e-mail: widyayupratiwi674@gmail.com¹, xxxx7s67@gmail.com^{2*}

Abstract: *His study aims to test the Taste, Service Quality, Price, and Customer Satisfaction at Café Nadine. This study used multiple linear regression analysis, resulting in the equation $Y = 1.893 + 0.381X_1 + 0.266X_2 + 0.244X_3$. The calculated t_{value} (3.534) > t_{table} (1.985) with a significance value ($0.00 < 0.05$), thus partially interpreting Taste (X_1) has a positive effect on Customer Satisfaction at Café Nadine (Y). Therefore, H_1 is accepted, while H_0 is rejected. The calculated t_{value} (3.226) > t_{table} (1.985) with a significance value ($0.00 < 0.05$), thus partially interpreting Service Quality (X_2) has an effect on Customer Satisfaction at Café Nadine (Y). Therefore, H_1 is accepted, while H_0 is rejected. The calculated t_{value} (2.835) > t_{table} (1.985) with a significance value ($0.00 < 0.05$), so it can be interpreted that Price (X_3) has a partial effect on Customer Satisfaction at Café Nadine (Y), so H_1 is accepted while H_0 is rejected. The results of the simultaneous test (F -Test) explain that the F_{count} value (24.003 > F_{table} value (2.70) with significance ($0.00 < 0.05$) means that simultaneously Taste (X_1), Service Quality (X_2), and Price (X_3) have a positive effect on Customer Satisfaction at Café Nadine (Y) so H_2 is accepted while H_0 is rejected. The results of the coefficient of determination in the table above explain that the adjusted R Square value is 0.421, meaning that Taste (X_1), Service Quality (X_2), Price (X_3), are able to show an influence of 42.1% on Customer Satisfaction at Café Nadine, while 47.9% is caused by other variables outside of this study.*

Keywords: *Taste, Service Quality and Price, Customer Satisfaction*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang menghasilkan persamaan $Y = 1,893 + 0,381X_1 + 0,266X_2 + 0,244X_3$. Nilai t -hitung (3,534) > t -tabel (1,985) dengan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$), sehingga dapat diinterpretasikan bahwa Rasa (X_1) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y); dengan demikian, H_1 diterima dan H_0 ditolak. Nilai t -hitung (3,226) > t -tabel (1,985) dengan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$), sehingga dapat diinterpretasikan bahwa Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y); dengan demikian, H_1 diterima dan H_0 ditolak. Nilai t -hitung (2,835) > t -tabel (1,985) dengan nilai signifikansi ($0,00 < 0,05$), sehingga dapat diinterpretasikan bahwa Harga (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y); dengan demikian, H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F -hitung (24,003) > nilai F -tabel (2,70) dengan signifikansi ($0,00 < 0,05$), yang berarti secara simultan Rasa (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y); dengan demikian, H_2 diterima dan H_0 ditolak. Hasil koefisien determinasi pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,421, yang berarti Rasa (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga (X_3) memberikan pengaruh sebesar 42,1% terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine, sedangkan 47,9% sisanya disebabkan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Rasa, Kualitas Pelayanan dan Harga, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Di Kota Tanjungbalai, pertumbuhan usaha café menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hadirnya berbagai café baru, menyebabkan persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Setiap café dituntut untuk mampu memberikan keunggulan dan nilai tambah guna menjaga kepuasan pelanggan serta mempertahankan minat berkunjung.

Café Nadine Tanjungbalai merupakan salah satu usaha kuliner yang menawarkan beragam pilihan menu makanan dan minuman dengan konsep tempat yang mengedepankan kenyamanan. Berdasarkan hasil pengamatan awal, café ini telah berupaya memberikan pelayanan yang ramah, tanggap, dan cepat kepada pelanggan. Akan tetapi, pada situasi tertentu, khususnya saat café berada dalam kondisi ramai, kualitas pelayanan dinilai mengalami penurunan, seperti terjadinya keterlambatan dalam penyajian.

Ditinjau dari aspek cita rasa, masih terdapat sejumlah pelanggan yang mengemukakan bahwa rasa produk yang disajikan belum sepenuhnya konsisten dan belum selalu memenuhi harapan. Sementara itu, dari sisi harga, sebagian pelanggan menilai bahwa harga yang ditetapkan perlu disesuaikan kembali dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka terima.

Tabel 1 Laporan penjualan pada Cafe Nadine Tanjungbalai

No.	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2022	1.920 Orang
2	2023	1.800 Orang
3	2024	1.260 Orang
4	2025	1.080 Orang

Sumber: Data Penjualan Cafe Nadine Tanjungbalai

Berdasarkan tabel laporan internal Café Nadine Tanjungbalai, jumlah pengunjung mengalami penurunan secara

bertahap dimulai dari periode 2022 hingga 2025. Pada tahun 2022 jumlah pengunjung tercatat sebanyak 1.920 orang, kemudian menurun menjadi 1.800 orang pada tahun 2023. Penurunan tersebut berlanjut secara lebih signifikan pada tahun 2024 dengan jumlah 1.260 orang, dan kembali mengalami penurunan pada tahun 2025 menjadi 1.080 orang. Data ini menunjukkan adanya tren penurunan yang konsisten dalam kurun waktu empat tahun terakhir. Meskipun pada periode sebelumnya cafe ini sempat menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung, kondisi terbaru sebagaimana tercermin dalam data tahun 2022-2025 belum sepenuhnya mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan yang optimal. Penurunan jumlah pengunjung tersebut mengindikasikan adanya potensi permasalahan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, konsistensi cita rasa, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan.

METODE

Jenis dan Sifat Penelitian

Dilihat dari sifatnya, sifat penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif ialah penelitian yang dcondongkan untuk menginterpretasikan sebuah gejala, fakta dan juga kejadian-kejadian secara sistematis dan juga tepat, mengenai sifat-sifat populasi, Hardani et al., (2021:54).

Penelitian ini bersifat deskriptif dikarenakan dipandang sebagai instrumen yang tepat sehingga penulis dapat mendeskripsikan berbagai sumber data dan informasi baik itu dari pendapat para ahli dan berdasarkan hasil observasi, kuisisioner maupun wawancara.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Cafe Nadine Jl. M. Abbas, Kecamatan Tanjungbalai Kota II, Kelurahan Tanjungbalai Selatan, Kota Tanjungbalai, Provinsi Sumatera Utara

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel harus betul-betul representatif (mewakili) dari populasi tersebut. Sugiyono (2019:85) menyatakan ukuran populasi dalam penelitian yang sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan berapa jumlahnya dengan pasti, maka besaran sampel yang digunakan dapat menggunakan type nonprobability sampling dengan total 96 sampel.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yaitu data yang didapat secara langsung melalui pengamatan lapangan

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari subjek penelitian, yaitu pelanggan Café Nadine Tanjungbalai yang telah melakukan pembelian atau mengonsumsi produk di cafe tersebut, dilakukan juga dengan wawancaranya, observasi dan hasil pembagian kuisioner kepada sampel terpilih sebagai responden. Sedangkan untuk data sekunder dari jurnal penelitian terdahulu, buku-buku manajemen pemasaran dan *website* pada internet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Cafe` Nadine Tanjungbalai

Cafe Nadine merupakan destinasi yang menghadirkan pengalaman bersantai dengan nuansa yang berbeda di Kota Tanjungbalai. Mengusung konsep dekorasi perpaduan klasik dan modern, cafe ini menampilkan keindahan visual yang memikat sejak pandangan pertama. Sentuhan elemen klasik seperti ornamen elegan dan pencahayaan hangat berpadu harmonis dengan desain modern yang minimalis, menciptakan suasana yang nyaman, estetik, dan cocok untuk berbagai kalangan, baik untuk bersantai maupun mengabadikan momen.

Bagi pecinta kopi, Cafe Nadine menghadirkan pengalaman menikmati kopi yang istimewa melalui racikan barista profesional. Setiap cangkir kopi disiapkan dengan penuh ketelitian, menghasilkan aroma yang khas dan rasa yang seimbang. Kehadiran kopi berkualitas ini semakin melengkapi suasana santai di cafe, menjadikannya tempat yang ideal untuk bekerja, berdiskusi, atau sekadar menikmati waktu luang dengan secangkir kopi favorit.

Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
Tabel 2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Cita Rasa	96	16.00	24.00	20.3750	1.75469
Kualitas Pelayanan	96	16.00	25.00	21.0521	2.11943
Harga	96	17.00	25.00	20.6563	2.16103
Kepuasan Pelanggan	96	15.00	25.00	20.3021	2.05257
Valid N (listwise)	96				

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Tabel diatas menjelaskan bahwa:

1. Variabel Rasa *Influencer Marketing* (X1), yaitu dengan nilai terendah (13.00), nilai tertinggi (20.00) nilai rata-rata (17.0104), dan standart deviasi (1.68894).
2. Variabel *Online Customer Review* yaitu dengan nilai terendah (14.00), nilai tertinggi (20.00), nilai rata-rata (17.0000), dan standart deviasi (1.33771).
3. Variabel variasi *Online Customer Rating* (X3) yaitu dengan nilai

terendah (12.00) nilai tertinggi (20.00), nilai rata-rata (16.8646), dan standart deviasi (2.03971).

4. Variabel Minat Beli (Y), yaitu dengan nilai terendah (13.00), nilai tertinggi (20.00), nilai rata-rata (16.8646), dan standart deviasi (1.65192).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Diketahui, korelasi butir pernyataan dari *influencer marketing*, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,200), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setiap instrumen pernyataan dari masing-masing variabel valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

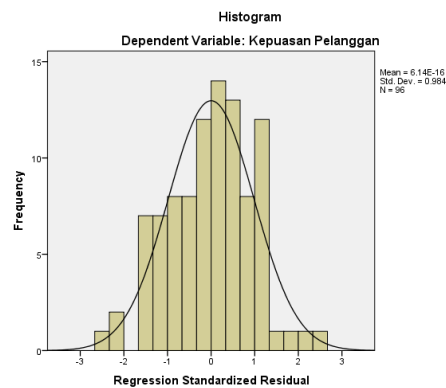
Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen	Nilai <i>Cronbac h Alpha</i>	Keterangan
Cita Rasa	0,631	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,701	Reliabel
Harga	0,694	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,682	Reliabel

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari data diatas menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha dari masing-masing variabel besarnya diatas 0.60 sehingga dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliable sehingga dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

Uji Normalitas

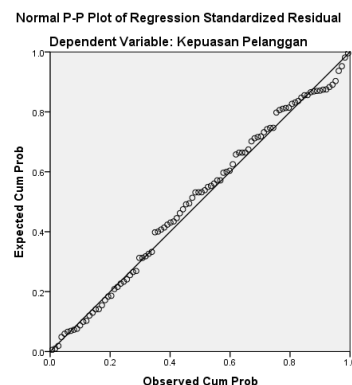


Gambar 1 Uji Normalitas dengan Histogram

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Grafik histogram diatas model regresi cenderung membentuk kurva normal yang cenderung tidak miring ke kiri maupun ke kanan. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

Hasil Uji P-Plot



Gambar 3 Hasil Uji P-Plot

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Hasil uji P-Plot menunjukan bahwa titik-titik berada jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

Selain dengan metode grafik juga dapat digunakan analisis statistik dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov (Uji K-S). Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Uji K-S) dapat dilihat pada Tabel berikut:

Hasil Uji Statistik Kolmogorov

Tabel 3 Hasil Uji Statistik Kolmogorov

		Unstandar dized Residual
N		96
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std.	1.5372919
	Deviation	1
Most Extreme	Absolute	.054
Differences	Positive	.054
	Negative	-.053
Test Statistic		.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari Tabel di atas diketahui besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov* dari nilai Asymp.sig sebesar 0,200 lebih besar dari 0,60, hal ini berarti data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal atau model telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Uji Multikolinearitas Coefficients^a

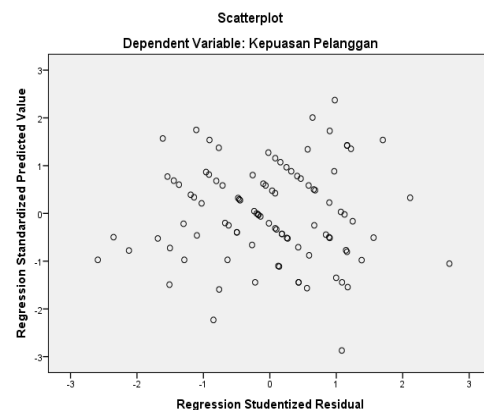
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1Cita Rasa	.718	1.393
Kualitas Pelayanan	.841	1.189
Harga	.741	1.349

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)
 Sumber : Hasil Perhitungan SPSS

Dari Tabel di atas terlihat bahwa ketiga variabel bebas yaitu: variabel Cita Rasa, Kualitas Pelayanan. dan Harga memiliki angka *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10, sedangkan nilai *Tolerance* mendekati 1 atau lebih kecil dari 1 (satu), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4 Heteroskedastisitas

Dari Gambar di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak (*random*) serta tersebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5 Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandar dized Standardized Coefficients Coefficients		
	B	Error Std.	Beta
1 (Constant)	1.893	2.183	
Cita Rasa	.381	.108	.326
Kualitas Pelayanan	.266	.082	.275
Harga	.244	.086	.257

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Regresi linear berganda menghasilkan persamaan

$$Y = 1.893 + 0.381X_1 + 0.266X_2 + 0.244X_3,$$

menjelaskan bahwa :

1. Konstanta 1.893, artinya jika nilai yang dihasilkan Cita Rasa (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga (X_3) sama dengan nol (0), maka nilai Kepuasan Pelanggan pada café Nadine (Y) konstan sebesar 1.893.
2. Koefisien regresi Cita Rasa (X_1) 0,381, artinya setiap terjadi penambahan sebesar satuan variabel Cita Rasa (X_1), maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada café Nadine (Y) sebesar 0,381 satuan.
3. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan (X_2) 0,266, artinya setiap terjadi penambahan sebesar satuan variabel Kualitas Pelayanan (X_2), maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada café Nadine (Y) sebesar 0,266 satuan.
4. Koefisien regresi Harga (X_3) 0,244 artinya setiap terjadi penambahan sebesar satuan variabel Harga (X_3), maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada café Nadine (Y) sebesar 0,244 satuan.

Hasil Uji F

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	df	F	Sig.
1 Regression	3	24.003	.000 ^b
Residual	92		
Total	95		

a. Predictors: (Constant), *Influencer Marketing* (X_1), *Online Customer Review* (X_2), dan *Online Customer Rating* (X_3)

b. Dependent Variable: Kinerja (Y)

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Hasil uji simultan (Uji-F) menjelaskan bahwa nilai F_{hitung} (24,003) > Nilai F_{tabel} (2.70) dengan signifikansi

(0,00 < 0,05) maka artinya secara simultan Cita Rasa (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), dan Harga (X_3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y) maka H_2 diterima sedangkan H_0 ditolak

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Tabel 7 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients^a

Model	t	Sig.
1 (Constant)	.867	.388
Cita Rasa	3.534	.001
Kualitas Pelayanan	3.226	.002
Harga	2.835	.006

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

1. Nilai t_{hitung} (3.534) > t_{tabel} (1.985) dengan nilai signifikansi (0.00 < 0.05), maka dapat diartikan secara parsial Cita Rasa (X_1), berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y), maka H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak.
2. Nilai t_{hitung} (3.226) > t_{tabel} (1.985) dengan nilai signifikansi (0.00 < 0.05), maka dapat diartikan secara parsial Kualitas Pelayanan (X_2) berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y), maka H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak.
3. Nilai t_{hitung} (2.835) > t_{tabel} (1.985) dengan nilai signifikansi (0.00 < 0.05), maka dapat diartikan secara parsial Harga (X_3) berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y), maka H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak.
4. Variabel bebas yang memberikan pengaruh dominan terhadap Kualitas Pelayanan (Y) adalah Cita Rasa (X_1) dengan nilai t_{hitung} (3.534) yang menunjukkan nilai terbesar dari variabel lainnya.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 ^a	.439	.421	1.56216

Hasil koefisien determinasi pada tabel diatas menjelaskan bahwa nilai *adjusted R Square* adalah 0.421, artinya Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3), mampu menunjukkan pengaruh sebesar 42,1% terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine, sedangkan 47,9% disebabkan variabel lain diluar dari penelitian ini

SIMPULAN

Adapun kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nilai t_{hitung} (3.534) > t_{tabel} (1.985) dengan nilai signifikansi ($0.00 < 0.05$), maka dapat diartikan secara parsial Cita Rasa (X1), berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y), maka H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak.
2. Nilai t_{hitung} (3.226) > t_{tabel} (1.985) dengan nilai signifikansi ($0.00 < 0.05$), maka dapat diartikan secara parsial Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y), maka H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak.
3. Nilai t_{hitung} (2.835) > t_{tabel} (1.985) dengan nilai signifikansi ($0.00 < 0.05$), maka dapat diartikan secara parsial Harga (X3) berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y), maka H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak.
4. Hasil uji simultan (Uji-F) menjelaskan bahwa nilai F_{hitung} (24,003 > Nilai F_{tabel} (2.70) dengan signifikansi ($0,00 < 0,05$) maka

artinya secara simultan Cita Rasa (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Harga (X3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan di Café Nadine (Y) maka H_2 diterima sedangkan H_0 ditolak.

5. Variabel bebas yang memberikan pengaruh dominan terhadap Kualitas Pelayanan (Y) adalah Cita Rasa (X1) dengan nilai t_{hitung} (3.534) yang menunjukkan nilai terbesar dari variabel lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo.
- Alfatiha, R. A., & Budiatmo, A. 2020. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529.
- Asamani, A. 2023. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Bu Dewi Di Kalabahi Kec. Teluk Mutiara Kabupaten Alor. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 783–797.
- Akdon, & Ridwan. 2013. *Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika*. Alfabeta.
- Amstrong, & Kotler. (2014). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*. Pearson Pretice Hall.
- Arikunto, S. 2017. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Pres.
- Dewi, D. L., Fadli, M., & Junaidi, R. 2024. Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gubuk Coffee Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 10(1), 69–77.

-
- Dita, K. 2018. *Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Rumah Makan “Kedai Sambel Bandel” di Magetan.*
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. 2021. *Nutrition for foodservice and culinary professionals.* John Wiley & Sons.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS.* Universitas Diponegoro.
- Hasan, I. 2018. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik.* Bumi Aksara.
- Irianto, A. 2014. *Statistik Konsep Dasar dan Aplikasinya.* Kencana.
- Kelana, K. 2011. *Metodologi penelitian keperawatan.* Jakarta: Trans Info Media.
- Kholidah, N., & Arifiyanto, M. 2020. *Faktor-faktor pengambilan keputusan pembelian kosmetik berlabel halal.* Penerbit Nem.
- Kotler, & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *A Framework for Marketing Management* (6 ed.). Pearson Prentice Hall.
- Sanusi, A. 2011. *Metodologi penelitian bisnis.* Jakarta: salemba empat.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. 2020. *PEMASARAN (Fandy Tjiptono (ed.).* CV. ANDI OFFSET.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. 2018. *Services marketing: Integrating customer focus across the firm.* McGraw-Hill..