

Pengaruh Variasi Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Bosmen Binjai

Utrie Sekar Ayuningrum¹, Edison Sagala²

^{1,2} Universitas Negeri Medan, Indonesia

E-mail: ningrumayuutrie@gmail.com¹, sagalaedison61@gmail.com²

Article History:

Received: 12 Juni 2025

Revised: 05 Agustus 2025

Accepted: 28 Agustus 2025

Keywords:

Product Variation, Service Quality, Customer Satisfaction

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Cafe Bosmen Binjai. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Cafe Bosmen Binjai. Selain itu, juga digunakan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, skripsi, dan sumber internet yang relevan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 120 responden yang merupakan konsumen yang pernah melakukan pembelian di Cafe Bosmen. Hasil analisis menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pelayanan juga memberikan pengaruh yang signifikan dan dominan terhadap kepuasan konsumen. Uji secara simultan menunjukkan bahwa variasi produk dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,580 membuktikan bahwa 58% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variasi produk dan pelayanan, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, sektor *Cafe* dan restoran berkembang pesat, dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat dan peningkatan minat terhadap tempat yang menawarkan kenyamanan dan suasana yang menarik untuk berkumpul. Berdasarkan (Statistik Penyedia Makan Minum, 2023) Mengutip data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang Surveinya dilaksanakan pada bulan Juni sampai dengan Agustus 2024, terdapat sebanyak 4.854.311 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2023. Sebanyak 1.201.714 usaha diantaranya berupa *Cafe* /restoran dan rumah makan, 168.878 usaha berupa catering, penyedia makanan dan minuman keliling sebanyak 706.660 dan sisanya 2.777.059 usaha masuk dalam kategori lainnya (Astrilestari & Maryono, 2024).

Dalam bisnis *Cafe* dan restoran, agar restoran terlihat lebih menarik, produk atau jenis makanan yang ditawarkan perlu memiliki keunikan dari segi cita rasa, variasi menu, pelayanan yang ramah dan cepat, harga yang terjangkau, dan suasana yang nyaman dapat membantu meningkatkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. (Maruli et al., 2022). Tidak hanya

Maruli (2022) yang berpendapat demikian, tetapi juga (Nugroho et al., 2024) menegaskan bahwa terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan seorang konsumen yaitu variasi dan kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa.

Dalam penelitian ini hanya akan dianalisa mengenai pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di lokasi penelitian. Variasi produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Azizah, 2020). Kepuasan konsumen berkaitan dengan ketersediaan dan keragaman produk dengan jumlah yang sesuai (M. Y. Arief, 2022). Selain itu faktor pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen dimana pelayanan yang baik menjadi kunci untuk membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan konsumen, karena memungkinkan perusahaan lebih memahami kebutuhan dan harapan konsumen secara mendalam (Sambara et al., 2021). Sejalan dengan pendapat (Herlambang & Komara, 2022) Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada suatu produk maupun jasa.

LANDASAN TEORI

Definisi Kepuasan Konsumen

Menurut (Aditia & Heriyanto, 2024) Kepuasan konsumen merupakan evaluasi subjektif yang mencerminkan tingkat keselarasan antara harapan, persepsi, dan pengalaman konsumen terhadap sebuah produk atau layanan. Ketika kinerja produk atau layanan sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi yang telah terbentuk sebelumnya, maka konsumen akan merasakan tingkat kepuasan yang tinggi. Sebaliknya, jika kinerja produk atau layanan tidak memenuhi harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas.

Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen adalah level kepuasan konsumen setelah membandingkan jasa atau produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan. Biasanya pelanggan yang puas dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau jasa akan menjadi pelanggan setia dalam waktu yang lama (Kharisma et al., 2023). Menurut Tjiptono (2014) dalam Kharisma et al., (2023) indikator kepuasan konsumen yaitu:

1. Kesesuaian Harapan, Merupakan tingkat kesesuaian antara hasil dari produk atau jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat Berkunjung Kembali, Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. Kesediaan Merekomendasi, Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Definisi Variasi Produk

Menurut (Lestari & Novitaningtyas, 2021) variasi produk dijelaskan sebagai merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau ciri – ciri tertentu. Variasi produk juga merupakan strategi perusahaan, dengan meningkatkan keanekaragaman produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya. Hal ini sejalan dengan menurut Kotler (2017) dalam (Yulianti, 2019) Variasi produk merupakan strategi pemasaran yang sebenarnya bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk suatu produk, melainkan menemukan atau membuat produk yang tepat untuk pelanggan.

Menurut (Sonia Yolandia, 2022) Variasi produk mengacu pada ketersediaan berbagai jenis

produk yang dihasilkan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini mencakup jumlah produk yang memadai, kesesuaian dengan selera dan preferensi pelanggan, serta aksesibilitas terhadap produk yang ditawarkan. Variasi produk ini tidak hanya berkaitan dengan variasi dalam jenis atau kategori produk, tetapi juga mencakup kemampuan produsen untuk menghadirkan inovasi, keunikan, dan kualitas yang sesuai dengan ekspektasi pasar. keragaman produk menjadi suatu hal penting dalam menciptakan kepuasan konsumen, meningkatkan daya tarik produk, dan mendukung daya saing perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat

Indikator Variasi Produk

Menurut Kotler dan Keller (2008:15) dalam (Kojongian et al., 2022) indikator variasi produk terdiri dari :

1. Ukuran didefinisikan sebagai bentuk, porsi dan struktur fisik dari suatu produk yang dilihat dengan nyata.
2. Jenis pilihan produk yaitu beragamnya jenis makanan dan minuman akan menghindari kebosanan pada konsumen. Pilihan yang beragam akan memudahkan konsumen untuk memilih produk yang diinginkan tanpa harus melakukan pembelian di tempat lain.
3. Tampilan adalah segala sesuatu yang ditampilkan oleh produk tersebut, tampilan merupakan daya tarik produk yang dilihat secara langsung oleh konsumen. Tampilan dalam sebuah kemasan produk dapat diartikan sebagai sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Tampilan dalam kemasan produk memiliki desain, kesesuaian warna sehingga dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
4. Ketersediaan produk yaitu banyaknya macam barang yang tersedia didalam toko membuat para konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian dalam toko tersebut.

Definisi Pelayanan

Pelayanan adalah tindakan atau proses penyampaian suatu produk atau jasa oleh penyedia kepada pelanggan, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan. Pelayanan melibatkan interaksi langsung antara penyedia dan pelanggan dan dapat mencakup berbagai aspek, seperti kualitas, kecepatan, keandalan, dan kemudahan akses (Br Marbun et al., 2022).

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2019) dalam (Ismail, 2021) mengemukakan lima aspek yang berpengaruh atau tolak ukur dalam kualitas pelayanan, kelima aspek yang berpengaruh antara lain:

1. *Assurance* (kepastian) yaitu berupa kapasitas pegawai dalam memunculkan kepercayaan dan keyakinan terhadap perjanjian yang telah disepakati kepada pelanggan.
2. *Reliability* (keandalan) yaitu kemampuan dalam menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan, terpercaya dan akurat.
3. *Empathy* (empati) yaitu memberikan masukan atau pengertian tentang masalah yang dihadapi konsumen.
4. *Responsiveness* (daya tanggap) ialah memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami.

5. *Tangible* (berwujud) yakni penampilan fisik yang rapi serta peralatan yang digunakan mendukung pelayanan.

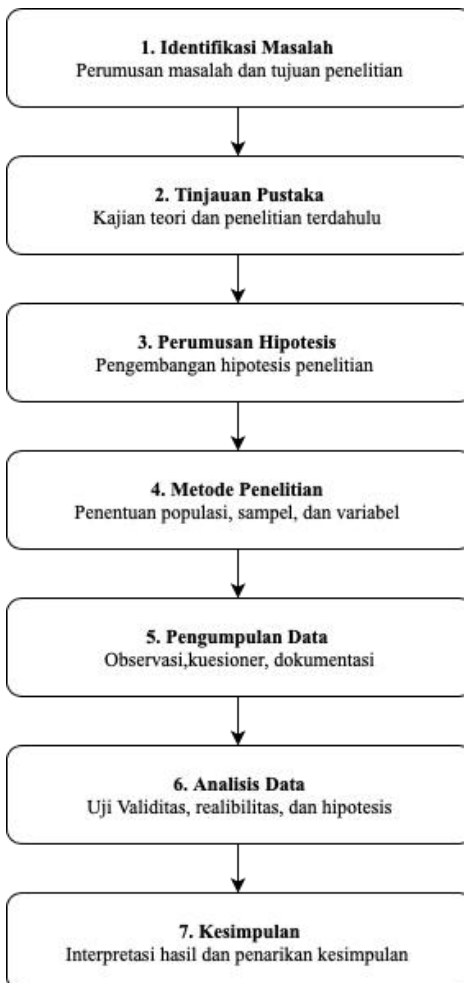
METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel penelitian, yaitu variasi produk dan pelayanan sebagai variabel bebas (independen) serta kepuasan konsumen sebagai variabel terikat (dependen). Penelitian ini menggunakan data yang berbentuk angka dan diolah menggunakan metode statistik untuk menghasilkan kesimpulan yang objektif dan terukur.

Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana sistematis yang mencakup prosedur dan metode untuk mengumpulkan serta menganalisis data, bertujuan menentukan variabel yang akan diteliti. Berdasarkan uraian diatas, untuk mempermudah pemahaman mengenai desain penelitian ini. Maka desain dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Desain Penelitian

Menurut (Robert & Brown, 2024) identifikasi masalah membantu peneliti mengenali isu utama yang ingin dipecahkan, sehingga penelitian memiliki tujuan yang jelas dan relevan. Setelah itu, dilakukan penentuan variabel, yaitu mengidentifikasi variabel independen yaitu variasi produk dan pelayanan dan variabel dependen yaitu kepuasan konsumen yang akan dianalisis. Pada tinjauan pustaka dalam desain penelitian disusun untuk memberikan landasan teoritis yang kuat dan mendukung relevansi penelitian. Bagian ini dimulai dengan mendefinisikan konsep-konsep utama seperti kepuasan konsumen, variasi produk, dan pelayanan, berdasarkan pendapat para ahli. tinjauan pustaka juga mencakup penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan empat metode utama: observasi, wawancara, studi literatur, dan kuesioner. Analisis deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan variabel penelitian, seperti tingkat kepuasan konsumen, variasi produk, dan kualitas pelayanan di Cafe Bosmen. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan hipotesis. Melalui uji hipotesis, peneliti dapat menarik kesimpulan apakah variasi produk dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Penelitian Variasi Produk

Variasi Produk (X1)								
Item	STS	%	TS	%	S	%	SS	%
X1.1	1	0,8%	80	66,7%	36	30,0%	3	2,5%
X1.2	3	2,5%	57	47,5%	59	49,2%	1	0,8%
X1.3	5	4,2%	60	50,0%	55	45,8%	0	0%
X1.4	2	1,7%	46	38,3%	70	58,3%	2	1,7%
X1.5	2	1,7%	45	37,5%	67	55,8%	6	5,0%
X1.6	5	4,2%	64	53,3%	46	38,3%	5	4,2%
X1.7	6	5,0%	40	33,3%	67	55,8%	7	5,8%
X1.8	6	5,0%	48	40,0%	54	45,0%	12	10,0%
X1.9	3	2,5%	59	49,2%	50	41,7%	8	6,7%
X1.10	6	5,0%	44	36,7%	59	49,2%	11	9,2%

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel variasi produk, responden memberikan tanggapan yang beragam. Sebagian besar responden menyatakan ketidaksetujuan terhadap konsistensi ukuran porsi makanan dan kesesuaian porsi dengan gambar di menu. Namun, untuk aspek keberagaman menu makanan dan minuman, mayoritas responden menunjukkan tanggapan positif. Di sisi lain, persepsi terhadap inovasi menu masih cenderung negatif, sementara tampilan sajian makanan dinilai menarik. Ketersediaan menu dinilai belum sepenuhnya memadai, meskipun secara umum variasi produk yang ditawarkan dianggap cukup memenuhi kebutuhan konsumen.

Tabel 2. Hasil Penelitian Pelayanan

Pelayanan (X2)								
Item	STS	%	TS	%	S	%	SS	%
X2.1	2	1,7%	33	27,5%	77	64,2%	8	6,7%

X2.2	4	3,3%	54	45,0%	55	45,8%	7	5,8%
X2.3	5	4,2%	53	44,2%	58	48,3%	4	3,3%
X2.4	5	4,2%	54	45,0%	57	47,5%	4	3,3%
X2.5	3	2,5%	45	37,5%	66	55,0%	6	5,0%
X2.6	2	1,7%	60	50,0%	49	40,8%	9	7,5%
X2.7	2	1,7%	65	54,2%	49	40,8%	4	3,3%
X2.8	3	2,5%	62	51,7%	47	39,2%	8	6,7%
X2.9	4	3,3%	46	38,3%	58	48,3%	12	10,0%
X2.10	2	1,7%	44	36,7%	67	55,8%	7	5,8%

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Hasil penelitian terhadap variabel pelayanan menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju terhadap beberapa aspek pelayanan, seperti pemahaman pelayan, kepedulian terhadap kebutuhan konsumen, penampilan pelayan, dan kebersihan lingkungan cafe. Namun demikian, masih terdapat persepsi negatif terhadap ketepatan waktu penyajian, ketanggapan terhadap keluhan, serta kemampuan pelayan dalam memberikan rekomendasi menu. Selain itu, terdapat beberapa indikator pelayanan yang mendapat tanggapan seimbang antara setuju dan tidak setuju, mengindikasikan adanya ketidakkonsistenan dalam kualitas pelayanan yang dirasakan konsumen.

Tabel 3. Hasil Penelitian Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen (Y)								
Item	STS	%	TS	%	S	%	SS	%
Y.1	3	2,5%	29	24,2%	83	69,2%	5	4,2%
Y.2	6	5,0%	49	40,8%	61	50,8%	4	3,3%
Y.3	2	1,7%	56	46,7%	59	49,2%	3	2,5%
Y.4	4	3,3%	55	45,8%	55	45,8%	6	5,0%
Y.5	5	4,2%	68	56,7%	39	32,5%	8	6,7%
Y.6	3	2,5%	42	35,0%	67	55,8%	8	6,7%
Y.7	3	2,5%	62	51,7%	46	38,3%	9	7,5%
Y.8	5	4,2%	45	37,5%	62	51,7%	8	6,7%
Y.9	4	3,3%	46	38,3%	60	50,0%	10	8,3%

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Berdasarkan hasil data, sebagian besar responden menyatakan puas terhadap kualitas menu dan variasi produk yang ditawarkan oleh Cafe Bosmen. Namun, beberapa indikator seperti keputusan untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan cafe kepada orang lain masih menunjukkan ketidakpuasan dari sebagian responden. Meskipun demikian, ada pula yang merasa cukup puas hingga bersedia memberikan saran menu kepada orang lain. Secara umum, kepuasan konsumen terhadap Cafe Bosmen cukup positif, namun masih terdapat ruang untuk perbaikan terutama dalam aspek pelayanan yang lebih konsisten dan mendorong loyalitas pelanggan.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.762 ^a	0,580	0,573	2,16129
a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Variasi Produk				
b. Dependent Variable : Kepuasan Konsumen				

Sumber : Hasil olah data SPSS 25

Nilai koefisien determinasi sebesar 58% menunjukkan bahwa sebanyak 58% variasi atau perubahan dalam Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas, yaitu Variasi Produk dan Pelayanan secara bersama-sama dalam model regresi ini. Artinya, model regresi memiliki kemampuan prediktif yang cukup kuat, karena lebih dari setengah variabilitas pada variabel dependen dapat diterangkan oleh variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian. Sisa sebesar 42% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti.

1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji t menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai signifikansi 0,002 dan t hitung 2,465 > t tabel 1,657. Koefisien regresi sebesar 0,209 mengindikasikan bahwa peningkatan variasi produk akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini selaras dengan teori bahwa keberagaman produk mampu memenuhi preferensi konsumen dan meningkatkan kepuasan.

2. Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Pelayanan memberikan pengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan melalui uji t dengan signifikansi 0,000 dan t hitung 6,720 > t tabel 1,657. Koefisien regresi 0,537 menunjukkan bahwa peningkatan pelayanan berdampak besar terhadap peningkatan kepuasan. Kualitas pelayanan seperti responsivitas, kejelasan informasi, dan empati menjadi kunci dalam membentuk kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Variasi Produk dan Pelayanan secara Bersama-sama terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan uji F, variasi produk dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai signifikansi 0,000 dan F hitung 80,864 > F tabel 3,07. Nilai R² sebesar 0,580 menunjukkan bahwa 58% perubahan kepuasan konsumen dijelaskan oleh kedua variabel. Artinya, kepuasan meningkat saat konsumen mendapat pilihan produk yang beragam dan pelayanan yang memuaskan secara bersamaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada Cafe Bosmen, dapat disimpulkan bahwa variabel variasi produk dan pelayanan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Variasi produk memberikan kontribusi dalam meningkatkan kepuasan melalui keberagaman menu makanan dan minuman yang ditawarkan. Meskipun terdapat beberapa catatan seperti ketidakonsistenan ukuran porsi dan kurangnya inovasi menu baru, secara umum keberagaman produk yang tersedia telah mampu memenuhi preferensi konsumen. Demikian pula, pelayanan yang meliputi keramahan pelayan, kebersihan lingkungan, dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan dinilai cukup baik oleh sebagian besar responden, meskipun masih terdapat kekurangan dalam hal ketepatan penyajian dan penanganan keluhan.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pelayanan merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kepuasan konsumen, diikuti oleh variasi produk. Uji simultan (uji F) juga menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai R Square sebesar 0,580. Ini berarti bahwa

58% perubahan dalam tingkat kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kombinasi variasi produk dan pelayanan yang diberikan oleh Cafe Bosmen. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan serta pengembangan variasi produk yang inovatif dan konsisten sangat penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

- Aditia, M. P., & Heriyanto, M. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Cafe De'piek Ujungbatu Rokan Hulu). *Eco-Buss*, 6(3), 1289–1299. <https://doi.org/10.32877/Eb.V6i3.1173>
- Arief, M. Y. M. R. & E. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Depour Di Kabupaten Situbondo. *Prosiding Nasional*, 48–55.
- Astrilestari, K. S., & Maryono. (2024). *Statistik Penyediaan Makanan Dan Minuman 2023* (Vol. 7). Badan Pusat Statistik/Bps-Statistics Indonesia.
- Azizah, L. N. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Kiringan. *Media Mahardhika*, 19(1), 102–107. <https://doi.org/10.29062/Mahardika.V19i1.201>
- Br Marbun, M., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i2.1134>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal Of Economics, Management And Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/Jemp.V7i2.255>
- Ismail, T. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 415.
- Kharisma, D., Simatupang, S., & Hutagalung, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ud. Restu Mulia Pandan. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan*, 5(1), 32–42. <https://doi.org/10.47709/Jumansi.V5i1.2210>
- Kojongian, A. S. ., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. (2022). Pengaruh Variasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.Id Pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Coffeetown-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm*, 2(3), 150–159. <https://doi.org/10.47747/Jnmpsdm.V2i3.374>
- Maruli, E., Romelus Anigomang, F., Maro, Y., Ekonomi, F., & Kalabahi, T. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Pada Celyn Kafe Kabupaten Alor). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Desember, 8(23), 742–754. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.7639059>
- Nugroho, H. W., Harini, S., & Silaningsih, E. (2024). Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Cafe Greenwheels Coffee Idn). *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 18(1), 12–25.
- Robert, B., & Brown, E. B. (2024). *Teori Dan Praktik Pendekatan* (Issue 1).

- Sambara, J., Tawas, H. N., Samadi, R. L., Pengaruh, A., Produk, K., Dan, K. P., Manajemen, J., & Ratulangi, U. S. (2021). *Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3 . Am Koffie Spot Manado Analysis Of The Effect Of Product Quality , Service Quality And Store Atmosphere On Customer Satisfaction At Cafe 3 . Am Koffie Spot Manado Jurnal Emba Vol . 9 No . 4 Oktober*. 9(4), 126–135.
- Sonia Yolandia. (2022). Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tb Isna Tulungagung. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 557–566. <https://doi.org/10.53625/Juremi.V1i5.1687>
- Yulianti, F. Dkk. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Cv Budi Utama.