

## **Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam**

Anisa Yulianti Silitonga<sup>1</sup> dan Hendra Saputra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam. Penelitian ini menggunakan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini berjumlah 120 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Non Propability Sampling dan diperoleh sampel sebanyak 120 responden yang telah memenuhi kriteria yang telah di tentukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan Uji F, Uji T dan Koefisien Determinasi yang sebelumnya data telah di uji menggunakan uji validitas, uji realibilitas dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Secara simultan Variasi Produk dan kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

**Keywords:** Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

---

✉ Corresponding author : Anisa Yulianti Silitonga

Email Address : [anisasilitonga140703@gmail.com](mailto:anisasilitonga140703@gmail.com).

### **PENDAHULUAN**

Kondisi persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap pengusaha untuk mampu bersaing dalam dunia bisnis. Banyaknya perusahaan yang berlomba untuk mendapatkan konsumen menjadikan syarat kompetisi antar perusahaan semakin ketat. Persaingan yang sangat ketat menuntut para pengusaha untuk dapat menentukan strategi yang tepat dalam berkompetisi, yaitu dalam melakukan pemenuhan kebutuhan konsumen yang selalu bervariasi. Terdapat berbagai macam bisnis yang mampu menjadi peluang usaha, salah satunya adalah bisnis cafe dan resto (Lily, 2014). Perkembangan kegiatan usaha bergerak dengan pesat. Terdapat beberapa akibat dari berkembangnya dunia usaha saat ini adalah pelaku usaha yang saling bersaing untuk mendapatkan keuntungan. Fenomena persaingan yang ada telah membuat para pengusaha menyadari suatu kebutuhan untuk mengeksploitasi sepenuhnya aset-aset mereka demi memaksimalkan kinerja perusahaan dan mengembangkan keuntungan kompetitif. Bisnis diakhir-akhir ini telah berkembang khususnya dibidang kuliner. Hal tersebut ditandai dengan berdirinya berbagai jenis cafe.

Salah satu cafe yang terletak di Jl. Bakaran Batu, Lubuk Pakam yaitu Hay's Kuphi Corner. Cafe ini berdiri diantara deretan sebuah ruko sederhana, dengan cat dinding putih dan hijau muda.

Menu Hay's Kuphi Corner mencerminkan kreativitas sang pemilik. Mereka tidak sekedar menyajikan kopi, tetapi menciptakan minuman signature yang menggabungkan cita rasa lokal dengan sentuhan modern. Kopi Bajak Laut, misalnya, adalah salah satu minuman andalannya perpaduan antara kopi arabika lokal Sumatera dengan tambahan rempah tradisional yang memberikan sensasi unik. Tidak hanya minuman, cafe ini juga menawarkan sejumlah makanan ringan misalnya, roti bakar dengan varian topping lokal, hingga camilan fusion yang mencerminkan kreativitas pemilik. Tapi terlihat ada keluhan konsumen yang sering diajukan oleh pelanggan di cafe Hay's Kuphi Corner yang masih kurang dalam memenuhi harapan pelanggan. Keluhan-keluhan yang masuk menunjukkan bahwa café ini menghadapi berbagai tantangan operasional yang berdampak langsung pada kepuasan pelanggan.

Permasalahan utama yang teridentifikasi adalah kualitas produk yang tidak konsisten dan pelayanan yang lambat. Beberapa pelanggan melaporkan bahwa makanan yang mereka terima tidak sesuai dengan ekspektasi, seperti kopi yang tidak sesuai standar rasa dan makanan ringan yang disajikan dalam kondisi dingin. Kasus yang paling serius adalah ditemukannya rambut dalam pesanan mie goreng, yang menimbulkan kekhawatiran serius tentang standar kebersihan dapur café. Aspek pelayanan juga menjadi sorotan utama dalam keluhan pelanggan. Waktu tunggu yang tidak wajar, bahkan saat café tidak dalam kondisi ramai, menjadi keluhan yang berulang. Pelanggan harus menunggu lebih dari 20-30 menit hanya untuk mendapatkan pesanan mereka. Situasi ini diperparah dengan sikap staf yang dinilai kurang ramah dan profesional, seperti yang dilaporkan dalam kasus pelayan yang merespon dengan ketus saat memberitahu bahwa menu spesial telah habis. Manajemen operasional café juga menunjukkan kelemahan yang signifikan. Hal ini terlihat dari seringnya menu yang diiklankan tidak tersedia, pesanan yang tertukar antar meja, dan ketidakmampuan staf dalam menangani situasi darurat seperti AC yang bocor. Keterlambatan karyawan dan kurangnya koordinasi antar staf juga berkontribusi pada buruknya pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Fenomena ini mengindikasikan adanya masalah sistemik dalam pengelolaan Hay's Kuphi Corner. Tidak adanya standar operasional prosedur yang jelas, lemahnya pengawasan kualitas, dan kurangnya pelatihan karyawan menjadi akar permasalahan yang perlu segera diatasi. Jika tidak ditangani dengan serius, masalah-masalah ini dapat mengancam keberlanjutan bisnis café dalam jangka panjang, mengingat mayoritas penilaian pelanggan berada di kisaran 2-3 dari 5 bintang.

Atas dasar tersebut maka penelitian ini berusaha untuk mengungkapkan pengaruh dari variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe Hay's Kuphi Corner. Menurut penelitian yang dilakukan, strategi dalam mengembangkan cafe Hay's Kuphi Corner dengan menyediakan kuliner dan berbagai coffe lainnya yang berkualitas dan bervariasi rasa, menambah pelayanan yang ramah dapat meningkatkan permintaan pendapatan usaha Cafe mereka.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Kepuasan Konsumen**

Menurut danang Sunyoto dalam (Fadhli & Pratiwi, 2021), kepuasan pelanggan adalah alasan pelanggan dalam memilih tempat pembelian berdasarkan tingkat kepuasan mereka. Ketika konsumen merasa senang dengan barang yang mereka beli, mereka akan menggunakannya, membelinya lagi, dan menceritakan pengalaman penggunaan atau konsumsi mereka kepada orang lain. Dari sudut pandang pelanggan, kepuasan merupakan hasil karena barang dan jasa dapat menawarkan tingkat pemenuhan yang kira-kira setara dengan tingkat kepuasan. Kepuasan merupakan reaksi terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen. Setiap perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan terhadap barang atau jasa setelah menerima atau menggunakannya dianggap sebagai kepuasan pelanggan (Febriada, 2020).

Menurut Rahmayanty dalam (Arianty, 2015: 74) mengatakan bahwa salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensi perusahaan dan pesaing, kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan

produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Adapun indikator kepuasan konsumen Tjiptono dalam Indrasari (2019:92), yaitu: 1) kesesuaian harapan, 2) perasaan puas, 3) kesediaan merekomendasikan.

### **Variasi Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2014) variasi dari produk dapat dikatakan sebagai sekumpulan produk yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen. Variasi dalam produk dalam diklasifikasikan berdasarkan jumlah, lebar, panjang, kedalaman dan konsistensi. Variasi produk adalah suatu keberagaman produk yang dipasarkan oleh produsen ke sasaran pasar untuk dikonsusim adanya variasi produk bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam membandingkan atau membedakan produk sejenis lain yang sesuai dengan kebutuhan mereka dari tempat dan merek lain (Efnita, 2017).

Variasi produk bukan hanya tentang menawarkan banyak produk, tetapi juga tentang menawarkan produk yang berkualitas, unik, dan relevan dengan kebutuhan konsumen. Dengan demikian, variasi produk dapat membantu perusahaan meningkatkan kepuasan konsumen, meningkatkan loyalitas, dan membedakan diri dari kompetitor. Oleh karena itu, variasi produk menjadi salah satu faktor penting dalam pemasaran yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya. Indikator variasi produk Menurut Kotler dan Keller (2019:32) menjelaskan bahwa indikator dari variasi produk meliputi :

- 1) Ukuran produk
- 2) Harga Produk
- 3) Tampilan Produk, dan
- 4) Ketersediaan Produk

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2014) yang mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu perbandingan antara layanan yang dirasakan oleh pelanggan dengan kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan. Menurut Kotler (2013) menyatakan bahwa kualitas pelayanan suatu atribut global perusahaan yang ingin mencapai keunggulan dan keberhasilan dengan menciptakan layanan yang baik sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Selain itu, kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta bagaimana penyampaianya terhadap pelanggan dalam menyeimbangkan harapan pelanggan.

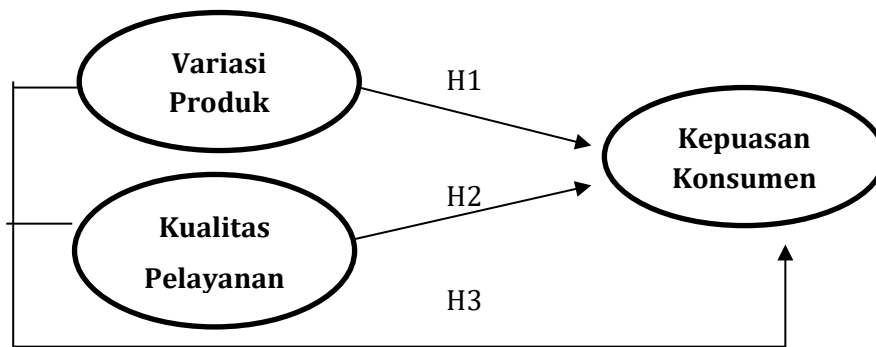
Menurut Maulana (2016) yang menyatakan bahwa cara atau sikap perusahaan dalam melayani pelanggan agar tercipta rasa puas yaitu: Kecepatan, Ketepatan, Keramahan, dan Kenyamanan. Terdapat lima indikator dalam kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman (2014:282) yaitu:

- 1) Berwujud (*Tangible*)
- 2) Keandalan (*Reliability*)
- 3) Cepat tanggap (*Responsiveness*)
- 4) Jaminan (*Assurance*), dan
- 5) Empati (*Empathy*)

### **Kerangka Konseptual**

Berdasarkan telaah literatur dan latar belakang yang telah diuraikan, maka kerangka konseptual yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat disajikan sebagai berikut:

**Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam.**



Adapun Hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini adalah:

- H1: Terdapat pengaruh yang signifikan dari variasi produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam.
- H2: Terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam.
- H3: Terdapat pengaruh yang signifikan dari variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab-akibat yaitu hubungan dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2009). Populasi dari penelitian ini ialah pengunjung Hay's Kuphi Corner Berikut tabel jumlah data pengunjung Hay's Kuphi Corner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu penentu sampel berdasarkan kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu yang pertama observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan pengamatan langsung kepada objek yang diteliti kemudian melakukan wawancara untuk mengetahui data yang diperlukan dalam penelitian dan selanjutnya menyebarkan angket untuk mengetahui seberapa besar pengaruh positif antara variabel bebas dan terikat dalam penelitian.

Penelitian ini mengolah data dari kuesioner dengan dua cara: deskriptif dan inferensial. Cara deskriptif dipakai untuk melihat karakteristik responden dan sebaran jawaban tiap pertanyaan, terutama nilai rata-rata dan jawaban terbanyak. Cara inferensial, seperti uji korelasi atau uji t, dipakai untuk menguji dugaan penelitian dan mencari hubungan atau perbedaan antar variabel. Hasilnya ditampilkan dalam tabel dan grafik agar mudah dipahami, termasuk signifikansi statistik ( $p < 0,05$ ) dan kuatnya hubungan, sehingga bisa ditarik kesimpulan yang sesuai tujuan penelitian.

## PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.09733975
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.037
	Negative	-.068
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan tabel diatas semua data pada penelitian ini kemungkinan ikut distribusi normal, karena nilai Kolmogorov-Smirnov Z Asymp.Sig (2-tailed) > 0,05 (atau 0,200 > 0,05), seperti yang dipaparkan dalam tabel.

**Tabel 2. Uji Multikolinieritas Dat Coefficientsa**

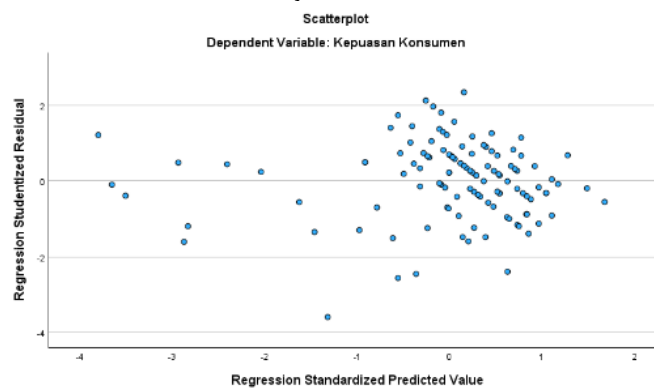
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.013	1.326		.010	.992	
	Variasi Produk	.411	.059	.626	6.923	<.001	.231
	Kualitas Pelayanan	.169	.054	.280	3.100	.002	.231

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dipahami tolerance Kualitas Pelayanan (X1) = 0,231, Fasilitas (X2) = 0,231. Sedangkan VIF untuk Kualitas Pelayanan (X1) = 4,326, Fasilitas (X2) = 4,326. Hasilnya VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,1 oleh karena itu tidak adanya terjadinya multikolinieritas pada model regresi

**Gambar 1. Uji Heterokedastisitas**



Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan data diatas dapat diperoleh bahwa penyebaran dari titik-titik mendekati di angka 0 serta tersebar diatas dan dibawah dari angka 0. Penyebaran titik-titik juga tidak membentuk pola khusus, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami permasalahan Heteroskedastisitas.

**Tabel 3. Uji T (Parsial)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.013	1.326		.0	.992
	Variasi Produk	.411	.059	.626	6.923	<.001
	Kualitas Pelayanan	.169	.054	.280	3.100	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.14 Bahwa Nilai t yang diperoleh dari Variabel Variasi Produk hasil perhitungannya adalah sebesar 6.923 dengan nilai signifikansi <0,001 dan Variabel Kualitas Pelayanan hasil perhitungannya adalah sebesar 3.100 dengan nilai signifikan 0,002. Sedangkan angka ttabel dihitung dengan Ketentuan yaitu taraf signifikan 95% dan alpha 5% serta derajat kebebasan (dk) dengan ketentuan  $n - k = 120 - 3 = 117$ . Dengan ketentuan tersebut diperoleh angka ttabel sebesar 1.980.

**Tabel 4. Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1842.239	2	921.119	205.881	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	523.461	117	4.474		
	Total	2365.700	119			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
  - b. Predictors: (Constant), Kualitas Peayanan, Variasi Produk
- Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai Fhitung sebesar 205.881 lebih besar dari pada Ftabel sebesar 3.07 dan dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Karena Fhitung > Ftabel yang berarti bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwasannya Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam.

**Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (Adjusted)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 <sup>a</sup>	.779	.775	2.115

- a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
  - b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Variasi Produk
- Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Dari tabel diatas hasil uji koefisien determinasi diketahui bahwa besarnya angka R<sup>2</sup> adalah 0,779 yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Variasi Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,779 atau 77,9% sedangkan sisanya 22,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang berasal dari luar variabel yang diteliti.

**1) Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Café Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam.**

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel variasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar  $0.001 < 0.05$  dan nilai t hitung  $6.923 > t$  tabel 1.980. Berdasarkan temuan tersebut, yang menyatakan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, diterima. Pengaruh yang positif dan signifikan menunjukkan bahwa semakin tinggi dan banyak variasi produk maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

**2) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam.**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen adalah  $0,002 < 0,05$ , dan nilai t yang dihitung adalah  $3.100 > t$  tabel 1.980 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan konsumen, diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

### 3) Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam

Peneliti juga melakukan uji F (signifikan simultan). Setelah mendapatkan hasil uji F, peneliti membandingkan hasil hitung uji Fhitung dengan Ftabel yang hasilnya Fhitung > Ftabel. Hal ini didukung oleh nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai F hitung sebesar  $205,881 > 3,07$ . Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Sehingga penelitian ini menyatakan bahwa secara simultan Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam Bab IV, Maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam. Hal ini menyatakan bahwa Hipotesis pertama yang telah dirumuskan oleh peneliti yaitu Variasi Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam. Oleh karena itu Hipotesis pertama dapat diterima.
2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam. Hal ini menyatakan bahwa Hipotesis Kedua yang telah dirumuskan oleh peneliti yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam. Oleh karena itu Hipotesis kedua dapat diterima.
3. Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Hay's Kuphi Corner di Lubuk Pakam. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima.

## Referensi :

- Amini, D.K., dan Wiranatakusuma, D.B. (2020). *The Influence Of Service Quality, Price, Corporate Image, and Location Towards Customer Satisfaction on Autocare Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 4(1), 1-14.
- Anggraeni, E. S., & Widya, S. D. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Konsumen Restoran Ayam Geprek di Kota Cilegon)*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 123-137.
- Arianty, N., 2015. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung*. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, XVI(2), pp.68-81.
- Bungatang, R. (2021). *The Effect of Service Quality Elements on*. *Journal Marketing and Applied Psychology of Business*, 1 (2), 108-118.
- Chukwunwem, U.G., dan Ndubueze, E.J. (2021). *Effect Of Product Innovation On Customer Satisfaction And Customers' Behavioural Intentions In Upscale Quick Service Restaurants (QSRS) In Aba, Abia State, Nigeria*. *Novateur Publications*, 7(3), 432-444.
- Darmawan, A., & Sari, R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 15-25.
- Dewi, N.K.A.S., dan Wulandari, N.L.A.A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk ,Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Hidden Garden Agro Cafe Baturiti Tabanan Bali*. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2), 717-728.
- Efnita, T. (2017). *Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Wedding Organizer*. *Jurnal AdBispreneur*, 2(2), 107-115.
- Fadhli, K. dan Pratiwi, N. D. (2021). *Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, dan Emosional*



## Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan....

- terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang*. Jurnal Inovasi Penelitian Vol.2 No.2 Hal. 603-612.
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Haryoko, U.B., Pasaribu, V.L.D., dan Ardiyansyah, A. (2020). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer)*. Jurnal POINT, 2(1), 1-17.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariante dengan program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Grizane, T., & Jurgelane. I. (2017) . *Social Media Impact on Business Evaluation*. *Procedia Computer Science*, 104, 190-196. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.01.103>
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P & Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran (12 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran (13 ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Penerbit Erlangga.
- Lestari, A., dan Faizin, M. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere Dan Variasi Produk terhadap Minat Pembelian Ulang*. 9(1), 85-97.
- Lily Harlina Putri, Dkk. 2014. *Pengaruh Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Monopoli Café and Resto Soekarno Hatta Malang)*. Volume 15 Nomor 2. Oktober 2014. Jurnal Administrasi Bisnis.
- Lovelock, C., Wirtz, J., dan Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia : Jilid 2*. Alih bahasa : Dian Wulandari, Devri Barnadi Putera. Edisi 7. Jakarta : Erlangga.
- Mahsyar, S., dan Surapati, U. (2020). *Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(1), 204-211.
- Maichael. (2018). *Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Dapur Pandhawa*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(6), 1-8.
- Ma'ruf, M.H. (2017). *The Influence of Product Variations, Prices and Sales Promotions on Consumer Decisions in Buying Mitsubishi Cars in Surakarta*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 1(1), 274-282.
- Maulana, A. S. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT.TOI*. *Jurnal Ekonomi*, 7 (2), 115.
- Nangoi. (2004). *Pemberdayaan di Era Ekonomi Pengetahuan*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Norawati, S., Arman, Ali, A., Ihsan, A., & Putra, E. (2021). *Analysis of Product Variation, Quality of Service and Loyalty*. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 4 (6), 955-956.
- Nugroho, Adi Sulistyono dan Wlida Haritanto. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan Statistik*. Penerbit : ANDI. Yogyakarta.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2014). *Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Future Research*. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.
- Purba, T. putri. (2021). *Pengaruh Store Atmosphere, Gaya Hidup, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berkunjung Kembali Pelanggan Jabu Cafe Berastagi*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Rismayanti, E. (2021). *Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja di Upmart Universitas PGRI 82 Semarang*. *Journal Spirit Edukasia*, 2(1), 19-23.
- Rustanti, N. (2015). *Buku Ajar Ekonomi*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sangadji, E.M., dan Sopiha. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Septiano, K. (2017). *Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada*



- Koffie Racer Parittiga Bangka Barat* (Doctoral Dissertation, Universitas Bangka Belitung).
- Shafwan, D., Qomariah, N., & Rahayu, J. (2019). *The Influence of Quality of Service, Facilities and Location of Customer Satisfaction*. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jember*, 2(1), 910-919.
- Sholeha, L., Djaja, S., dan Widodo, J. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Ahas Sumber jaya Maha Sakti Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 15- 25.
- Setia, R., Utami, S., dan Rochani, S. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Alfamart Jl. Jaks Agung Suprpto No.11 Mojoroto-Kediri*. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 285-298.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, (2005). *Pemasaran Jasa, Indikator Kepuasan Pelanggan*. Malang:Bayumedia Publishing. 7 Maret 2020.
- Winarno, S.H., Nalendra, A.R.A., dan Givan, B. (2020). *The Effect of Service Quality, Corporate Image, and Price Perceived in Creating Customer Satisfaction and Loyalty on Education Business*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 45-56. 8.
- Zahriyah, A., Suprianik, Parmono, A., & Mustofa. (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press.ISBN: 978-623-96179-6-7
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). *Kepuasan Konsumen Dalam Industri Makanan dan Minuman: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 20