

**PENGARUH CITA RASA, VARIASI MENU, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survei pada Konsumen Nasi Kulit Ayam Nagiih
Cabang Jebres Surakarta)**

Habib Nafis Muttaqien¹, Rizky Ramadhan Aprian Aditama²
habib.nafiz1922@gmail.com¹, rizky.ramadhan@unisri.ac.id²
Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh cita rasa, variasi menu, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih Cabang Jebres Surakarta. Jenis penelitian adalah kuantitatif. Jenis data yang digunakan data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan data primer dan data sekunder. Populasi konsumen Nasi Kulit Ayam Nagiih Cabang Jebres Surakarta yang tidak diketahui jumlahnya. Sampel berjumlah 100 responden yang usianya minimal 17 tahun dan melakukan pembelian minimal 1 kali dalam 3 bulan terakhir. Teknik pengumpulan menggunakan kuesioner. Uji instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji asumsi klasik menggunakan uji: multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan normalitas. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R². Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua pernyataan mengenai cita rasa, variasi menu, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian dinyatakan valid karena p-value < 0,05, dan reliabel karena cronbach's alpha > 0,60. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa semua variabel telah lolos uji multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan berdistribusi normal. Hasil analisis regresi diperoleh persamaan: $Y = 4,415 + 0,351 X_1 + 0,140 X_2 + 0,142 X_3$. Hasil uji t diperoleh ada pengaruh signifikan cita rasa (X₁), variasi menu (X₂), dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih Cabang Jebres Surakarta. Hasil uji F diperoleh bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah tepat. Hasil uji R² menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh variabel independen terhadap dependen sebesar 46,1% sisanya 53,9 % dijelaskan oleh variabel lain di luar model, seperti: harga, lokasi, dan store atmosphere.

Kata Kunci: Cita Rasa, Variasi Menu, Kualitas Pelayanan, Dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the significance of the influence of taste, menu variety, and service quality on purchasing decisions at the Nasi Kulit Ayam Nagiih Jebres Surakarta branch. This is a quantitative study utilizing both qualitative and quantitative data. Primary and secondary data sources were employed. The population consists of consumers of Nasi Kulit Ayam Nagiih (Jebres Surakarta branch), the total size of which is unknown. The sample comprises 100 respondents who are at least 17 years old and have made a purchase at least once in the last three months. Data collection was conducted using questionnaires. Instrument testing involved validity and reliability tests. Classical assumption testing included tests for multicollinearity, heteroscedasticity, autocorrelation, and normality. Data analysis techniques employed multiple linear regression, the t-test, the F-test, and the R² test. Validity and reliability test results indicate that all statements regarding taste, menu variety, service quality, and purchasing decisions are valid (p-value < 0.05) and reliable (Cronbach's alpha > 0.60). Classical assumption test results show that all variables passed the tests for multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation, and are normally distributed. Regression analysis yielded the following equation: $Y = 4.415 + 0.351 X_1 + 0.140 X_2 + 0.142 X_3$. The t-test results reveal a significant influence of taste (X₁), menu variety (X₂), and service quality on purchasing decisions at the Nasi Kulit Ayam Nagiih outlet in Jebres, Surakarta. F-test results confirm the appropriateness of the regression model used in this study. The R² test results indicate that the independent variables contribute 46.1% to the influence on the dependent variable, while the remaining 53.9% is explained by variables outside the model, such as price,

location, and store atmosphere.

Keywords: *Taste, Menu Variety, Service Quality, And Purchase Decision.*

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia tumbuh pesat yang didominasi oleh UMKM makanan/minuman dengan total usaha mencapai 5,28 juta pada tahun 2024 (Astrilestari, 2025). Pertumbuhan ini didorong oleh tren kuliner viral, layanan pesan-antar digital, dan tingginya konsumsi jajanan (gorengan terfavorit) (Astrilestari, 2025). Seiring dengan peradaban perekonomian di Indonesia yang membuat perkembangan dunia bisnis saat ini semakin maju, persaingan dalam dunia bisnis juga semakin tumbuh dan didukung dengan kondisi kerangka yang baik untuk pemasaran berbagai jenis produk (Sutrisno, 2023).

Berdasarkan BPS, sepanjang tahun 2025 ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,11 % (Kurniawan, 2026). Pertumbuhan terjadi pada hampir seluruh lapangan usaha, kecuali pertambangan dan penggalian yang berkontraksi sebesar 0,66 % (Kurniawan, 2026). Lapangan usaha yang tumbuh signifikan adalah jasa sebesar 9,93 %, diikuti oleh jasa perusahaan sebesar 9,10%; serta transportasi dan pergudangan sebesar 8,78 % (Kurniawan, 2026). Sementara itu, industri pengolahan; serta perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor yang memiliki peran dominan terhadap perekonomian Indonesia masing-masing tumbuh sebesar 5,30 % dan 5,49 % (Kurniawan, 2026).

TABEL I
PERTUMBUHAN PDB BEBERAPA LAPANGAN USAHA
INDUSTRI PENGOLAHAN TAHUN 2023–2025

No	Tahun	Persentase
1	2023	4,64 %
2	2024	4,43 %
3	2025	5,30 %

Sumber: Kurniawan. 2026.

Berdasarkan Tabel I tersebut menunjukkan bahwa struktur PDB Indonesia dari sektor industri pengolahan selama kurun waktu 3 tahun dari tahun 2023 sampai 2025 mengalami fluktuatif. Pertumbuhan ekonomi pada tahun 2023 sebesar 4,64%, tahun 2024 pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan sebesar 4,43%, dan tahun 2025 pertumbuhan ekonomi mengalami peningkatan menjadi 5,30% (Kurniawan. 2026).

Berburu kuliner bagi sebagian orang sudah menjadi aktivitas wajib karena kesibukan kesehariannya sehingga lebih pilih mengambil langkah yang praktis yaitu dengan berkuliner (DTI, 2026). Saat ini ada enam kota di Indonesia yang masuk dalam destinasi kuliner dunia. Enam kota tersebut adalah Jakarta, Bandung, Padang, Surabaya, Surakarta, dan Yogyakarta (DTI, 2026). Enam kota ini masuk dalam daftar 100 Best Food Cities yang baru-baru ini dirilis TasteAtlas, sebuah situs yang kerap memberikan ulasan mengenai berbagai makanan di setiap penjuru dunia (DTI, 2026). Penobatan kota kuliner terbaik di dunia ini diperoleh dari penilaian atas 18,8 ribu kota dalam database TasteAtlas dan ditinjau berdasarkan lebih dari 590 ribu rating makanan (DTI, 2026).

Surakarta menempati peringkat ke-92 di dunia sebagai salah satu kota kuliner terbaik (DTI, 2026). Kota ini juga dikenal lewat deretan restoran tradisional dengan citra kuliner yang kuat, seperti kuliner makanan olahan ayam yang terdiri berbagai jenis, antara lain ayam goreng, ayam bakar, ayam panggang, jeroan maupun kulit ayam (Raminten, 2026). Berdasarkan tren pertumbuhan ekonomi Surakarta tahun 2025 mencapai 5,63% yang didominasi sektor jasa serta konsumsi rumah tangga (Fitriani, 2025). Rincian pertumbuhan beberapa komponen utama menurut lapangan usaha secara tahunan di Kota Surakarta tahun 2025 sebagai berikut: 1) Informasi dan komunikasi, tumbuh sebesar 11,29% (menjadi motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi dari sisi produksi); 2) Sektor tersier (Jasa-

jasa), mengalami tren positif dengan pertumbuhan kumulatif sekitar 7,28%; 3) Sektor sekunder (industri dan konstruksi), tumbuh sebesar 1,73%; 4) Sektor primer (pertanian dan pertambangan), tumbuh sebesar 7,09% (Fitriani, 2025).

Analisis perilaku konsumen di Kota Surakarta menunjukkan karakteristik unik yang menjadikannya target pasar yang sangat potensial bagi para pelaku bisnis (Ananda, Muftiyanto & Suyatno, 2025). Alasan utama memilih Kota Surakarta untuk mempelajari dan menyasar perilaku konsumennya yaitu, 1. Konsumen di Surakarta terkenal sangat sensitif terhadap harga (*price-sensitive*), namun konsumen memiliki loyalitas yang tinggi jika mendapatkan nilai yang sepadan; 2. Budaya masyarakat Surakarta sangat guyub (komunal), yang membuat keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh lingkungan social; 3. Sesuai data BPS di mana sektor Informasi dan Komunikasi tumbuh tertinggi (11,29%), perilaku konsumen Surakarta telah bergeser masif ke arah digital; 4. Surakarta memiliki budaya masyarakat yang santai dan menghargai ruang sosial untuk berinteraksi; 5. Sebagai kota budaya dan kuliner, pengeluaran masyarakat Surakarta banyak dialokasikan untuk pemenuhan gaya hidup dan rekreasi berskala mikro (Ananda et al., 2025).

Usaha olahan kulit ayam yang ada di Kota Surakarta adalah Nasi Kulit Ayam Nagiiih yang merupakan salah satu usaha kuliner yang dikenal menyajikan menu utama berbahan dasar kulit ayam dengan berbagai variasi penyajian (Raminten, 2026). Nasi Kulit Ayam Nagiiih beralamat di Jl. Brigjend Katamso No. 128, Mojosongo, Kecamatan Jebres, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57127. Alasan yang mendasar memilih lokasi tersebut dikarenakan keberadaan Nasi Kulit Ayam Nagiiih cabang Jebres yang penuh keramaian dan memiliki jangkauan konsumen yang luas di wilayah kota Surakarta dan sekitarnya namun mengalami penurunan omzet penjualan dan penurunan pelanggan (Raminten, 2026).

Nasi Kulit Ayam Nagiiih walaupun berada di tengah-tengah pusat keramaian, tetapi bukan menjadikan jaminan mendapat *market share* yang baik (Rahmawati, 2026). Hal ini ditujukan dengan persaingan yang ketat dengan munculnya Rumah Makan atau Resto yang sejenis dan menawarkan masakan yang tak jauh berbeda dengan Nasi Kulit Ayam Nagiiih cabang Jebres Surakarta, sehingga jumlah pelanggan dan omzet penjualan yang diperoleh Nasi Kulit Ayam Nagiiih cabang Jebres mengalami penurunan pada kurun waktu 3 bulan terakhir ini (Rahmawati, 2026). Berikut data jumlah pelanggan Rumah Makan Nasi Kulit Ayam Nagiiih cabang Jebres Surakarta tahun 2025-2026.

TABEL II
DATA JUMLAH PELANGGAN NASI KULIT AYAM NAGIIIH
CABANG JEBRES SURAKARTA

Bulan dan Tahun	Jumlah Konsumen
Januari 2025	1.275 orang
Februari 2025	1.262 orang
Maret 2025	1.274 orang
April 2025	1.263 orang
Mei 2025	1.269 orang
Juni 2025	1.273 orang
Juli 2025	1.266 orang
Agustus 2025	1.271 orang
September 2025	1.275 orang
Oktober 2025	1.277 orang
November 2025	1.243 orang
Desember 2025	1.254 orang
Januari 2026	1.203 orang
Februari 2026	1.064 orang
Maret 2026	990 orang

Sumber: Data Primer Nasi Kulit Ayam Nagiiih Cabang Jebres, 2026.

Berdasarkan Tabel II tersebut, dapat dijelaskan bahwa bulan Januari 2025 jumlah pelanggan sebanyak 1.275 orang, bulan Februari sedikit menurun menjadi 1.262 orang. Bulan Maret 2025 meningkat lagi menjadi 1.274 orang, dan menurun lagi di bulan April 2025 sebanyak 1.263 orang. Bulan Mei 2025 jumlah pelanggan meningkat sedikit menjadi 1.269 orang. Jumlah pelanggan meningkat lagi di bulan Juni 2025 menjadi 1.273 orang, namun di bulan Juli 2025 kembali menurun menjadi 1.266 orang. Jumlah pelanggan untuk tiga bulan berikutnya Agustus, September dan Oktober mengalami peningkatan. Bulan November 2025 mengalami penurunan lagi menjadi 1.243 orang. Meningkat sedikit di bulan Desember menjadi 1.254 orang. Sementara untuk bulan Januari sampai Maret 2026 jumlah pelanggan terus mengalami penurunan, bulan Januari 2026 sebanyak 1.203 orang, bulan Februari 2026 menurun lagi menjadi 1.064 orang, dan bulan Maret 2026 menurun lagi tinggal 990 orang.

Mengacu uraian dan Tabel II di atas dapat disimpulkan, konsumen yang membeli produk Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta pada tahun 2025 tiap bulannya tidak menentu atau fluktuatif. Jumlah konsumen yang paling banyak di bulan Oktober 2025 yaitu berjumlah 1.277 orang, dan yang paling sedikit jumlah konsumen di tahun 2025 yaitu pada bulan November 2025 berjumlah 1.243 orang. Sementara jumlah konsumen pada tahun 2026 selama kurun waktu 3 bulan mengalami penurunan, terendah yaitu bulan Maret 2026 berjumlah 990 orang. Penurunan jumlah pelanggan dalam kurun waktu 3 bulan terakhir dikarenakan adanya beberapa warung makan yang berdiri di sekitar Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, seperti fried chicken, menu kulit crispy di bebek Mropol. Selain penurunan jumlah pelanggan, Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta juga mengalami penurunan omzet penjualannya di tahun 2026. Berikut data omzet penjualan tiga bulan terakhir di tahun 2025 - 2026.

TABEL III
DATA OMZET PENJUALAN NASI KULIT AYAM NAGIIH
CABANG JEBRES SURAKARTA

Bulan dan Tahun	Jumlah Omzet Penjualan (Rp)
Januari 2025	44.625.000,00
Februari 2025	44.170.000,00
Maret 2025	44.590.000,00
April 2025	44.205.000,00
Mei 2025	44.415.000,00
Juni 2025	44.555.000,00
Juli 2025	44.310.000,00
Agustus 2025	44.485.000,00
September 2025	44.625.000,00
Oktober 2025	44.695.000,00
November 2025	43.505.000,00
Desember 2025	43.890.000,00
Januari 2026	42.105.000,00
Februari 2026	37.240.000,00
Maret 2026	34.650.000,00

Sumber: Data Primer Nasi Kulit Ayam Nagiih Cabang Jebres Surakarta, 2026

Mengacu pada Tabel III tersebut, dijelaskan bahwa omzet penjualan Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta pada tahun 2025 bulan Januari sebesar Rp.44.625.000,00 bulan Februari menurun menjadi Rp 44.170.000,00. Bulan Maret meningkat menjadi Rp 44.590.000,00 namun bulan April menurun lagi menjadi Rp 44.205.000,00. Omzet dua bulan berikutnya mengalami peningkatan, bulan Mei 2025 sebesar Rp 44.415.000,00 dan Juni 2025 sebesar Rp.44.555.000,00. Bulan Juli 2025 omzet penjualan mengalami

penurunan lagi menjadi Rp 44.310.000,00 namun di bulan Agustus sampai Oktober 2025 mengalami peningkatan lagi, Agustus 2025 Rp 44.485.000,00, September 2025 Rp 44.625.000,00, dan Oktober 2025 sebesar Rp 44.695.000,00. Bulan November 2025 kembali menurun menjadi Rp 43.505.000,00 kemudian bulan Desember 2025 sedikit meningkat menjadi Rp 43.890.000,00. Berikutnya bulan Januari sampai Maret 2026 selalu mengalami penurunan, Januari 2026 sebesar Rp 42.105.000,00 menurun pada bulan Februari 2026 menjadi Rp.37.240.000,00, dan bulan Maret 2026 menurun lagi menjadi Rp 34.650.000,00.

Mengacu uraian dan Tabel III di atas, omzet penjualan Nasi Kulit Ayam Nagih cabang Jebres Surakarta selama tahun 2025 mengalami naik turun. Omzet tertinggi pada bulan Oktober 2025 yaitu sebesar Rp 44.695.000,00, sedangkan omzet terendahnya bulan November 2025 yaitu Rp 43.505.000,00. Tiga bulan terakhir pada tahun 2026 omzet penjualan mengalami penurunan, dimana perolehan terendah pada bulan Maret 2026 yaitu sebesar Rp 34.650.000,00. Penurunan jumlah omzet penjualan dalam kurun waktu 3 bulan terakhir dikarenakan adanya beberapa warung makan yang berdiri di sekitar Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, seperti fried chicken, menu kulit crispy di bebek Mropol.

Meningkatnya persaingan dalam industri makanan mengharuskan pebisnis makanan untuk meningkatkan keunikan cita rasa, menawarkan berbagai jenis produk, dan memberikan pelayanan prima kepada konsumen (Marzuki, Faridah, & Syafril, 2024). Cita rasa merupakan hasil kerja pengecap rasa yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut yang merupakan bagian dari cita rasa (Anggreani, 2021). Cita rasa dalam industri makanan merupakan faktor utama dalam sebuah makanan maupun minuman, karena dapat menjadi ciri khas dari makanan atau minuman tersebut, sehingga mulai banyaknya pelaku usaha yang terjun di industri makanan dan minuman dan bersaing dalam mengembangkan rasa (Sabran, 2022: 269).

Cita rasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa makanan tersebut (Marzuki et al., 2024). Cita rasa yang tepat dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, dimana konsumen tertarik dengan produk yang memberikan kualitas sesuai dengan harapannya (Sutrisno, 2023). Terkadang makanan yang tersedia tidak mempunyai bentuk yang menarik walaupun kandungan gizinya tinggi. Dalam hal ini peranan cita rasa memiliki arti penting yang berarti kualitas dari suatu makanan ditentukan oleh tingkat kesukaan konsumen terhadap makanan tersebut (Nugraheni, Nawantoro, Gunaningrat & Muftiyanto, 2024). Ulasan konsumen atas cita rasa Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, sebagai berikut:

TABEL IV
ULASAN KONSUMEN TENTANG CITA RASA NASI KULIT AYAM NAGIIH CABANG JEBRES SURAKARTA

No	Nama	Ulasan
1.	Iqblal Putraap	Kulit nya crispy nampolll dehheh sambal nya okee
2.	Dhia Syara	Enakk bangetttt plcccccxcxx
3.	Jusak chrstanto	Nasi kulit ayam nagih sangat nagih, dan rasanya nagih sekali.

Sumber: Google maps.

Tabel IV tersebut menggambarkan cita rasa menu Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta disukai oleh konsumen. Konsumen menyatakan bahwa makanan dan minuman yang disajikan di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta rasanya enak banget dan memberikan kode bintang lima. Berdasarkan komentar dari konsumen tersebut, menandakan bahwa cita rasa makanan dan minuman yang disajikan oleh Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta tidak mengecewakan konsumen.

Cita rasa dari sebuah makanan juga mempengaruhi keputusan pembelian. Dalam bisnis bidang pangan, khususnya restoran diharapkan untuk memberikan inovasi-inovasi beragam varian rasa sesuai yang diinginkan konsumen, serta kualitas yang dimiliki produk yang disajikan (Alkautsar, 2021). Cita rasa pada produk yang baik membuat konsumen merasa bahwa produk tersebut layak untuk dikonsumsi lebih dari hanya sekali saja (Alkautsar, 2021). Hal ini akan membuat produk restoran akan diingat terus menerus oleh masyarakat dan membuat mereka membeli produk tersebut kembali. Penjelasan tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afriani (2022), Sutrisno (2023), Dewi et al. (2024), Marzuki et al. (2024), Ulfa & Safitri (2025) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa cita rasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan hasil penelitian oleh Nugraheni et al. (2024) menyimpulkan bahwa cita rasa tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain cita rasa, masyarakat pada umumnya memutuskan membeli makanan karena faktor menu yang bervariasi (Antika & Indiani, 2023). Variasi menu diartikan sebagai variasi yang ditawarkan suatu rumah makan sekaligus memuaskan keinginan pelanggan, dan merupakan faktor yang mempengaruhi pembelian suatu produk (Kotler & Keller, 2022: 292). Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres harus mempertimbangkan apa yang dapat membuat konsumen tertarik untuk kembali lagi untuk membeli produk yang ditawarkan. Salah satunya adalah dengan menawarkan beberapa variasi menu dari Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta sendiri.

Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta menawarkan variasi menu yang cenderung ekonomis dan variatif, seperti nasi kulit serundeng, nasi kulit ayam, nasi kulit paru, paket hemat, hingga menu tambahan seperti ayam goreng, telur, sambal, kol goreng, dan minuman sederhana. Variasi menu ini mencerminkan strategi usaha yang berfokus pada keterjangkauan harga dan kemudahan pilihan bagi konsumen (Fajriyah, Vindiana, Rosyidta, & Tampubolon, 2025).

Variasi menu merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan pada rumah makan guna untuk meningkatkan kinerja produk (Marzuki et al., 2024). Menu atau produk yaitu sesuatu yang pada umumnya ada pada bisnis ritel guna dikonsumsi, dikenakan dan dimiliki tujuannya untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Kotler & Armstrong, 2021: 187). Variasi menu yang beragam memungkinkan konsumen menemukan pilihan yang sesuai dengan selera maupun kebutuhan nutrisi mereka, serta mengurangi kebosanan dalam pola konsumsi (Diantanti et al., 2025). Berikut ulasan dari konsumen terkait dengan variasi menu yang ada di Nasi Kulit Ayam Nagiih Surakarta.

TABEL V
ULASAN KONSUMEN TENTANG VARIASI MENU NASI KULIT AYAM NAGIIH
CABANG JEBRES SURAKARTA

No	Nama	Ulasan
1.	Abednego Banny	Makanannya banyak pilihannya mantap.
2	Sofi Nur	Menu pilihan banyak.

Sumber: Google maps.

Tabel V tersebut menunjukkan bahwa variasi menu yang ada di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta bervariasi, sehingga konsumen tidak merasa bosan karena bisa memilih menu yang disukainya. Selain itu, konsumen telah memberikan komentar yang positif dan memberikan bintang lima. Adapun menu-menu Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, sebagaimana dalam Gambar 1 berikut ini.



GAMBAR 1
DAFTAR MENU NASI KULIT AYAM NAGIIIH

Berdasarkan Gambar 1 tersebut, terlihat menu yang ada di Nasi Kulit Ayam Nagiiih cabang Jebres Surakarta jenisnya bermacam-macam dan lengkap dengan daftar harganya, hal ini bisa menarik konsumen karena disuguhkan dengan berbagai pilihan yang disukai dan bisa menyesuaikan uang yang dimilikinya. Adanya bermacam-macam pilihan tersebut menjadikan konsumen tidak bosan.

Setiap konsumen memiliki selera yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, untuk tidak membuat konsumen merasa bosan, Rumah Makan harus selalu berinovasi terhadap menu dan mempertimbangkannya agar konsumen tetap setia membeli produk yang jual (Tiana & Nurhadi, 2024). Dalam konteks pemasaran makanan, variasi menu menjadi elemen penting untuk mempertahankan minat konsumen. Semakin beragam pilihan menu yang disediakan, semakin besar peluang konsumen untuk terus melakukan pembelian secara berulang (Ulfa & Safitri, 2025). Thompson & Lee (2024) menekankan bahwa variasi menu makanan yang sesuai dengan selera dan preferensi konsumen mampu meningkatkan keterlibatan emosional dan loyalitas konsumen.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Antika dan Indiani (2023), Dewi et al. (2024), Marzuki et al. (2024), Ditawati et al. (2024), Tiana & Nurhadi (2024), Meysie et al. (2025), Ulfa & Safitri (2025), Velicia Sumantri (2023), Ekawati & Sumaryanto (2025) bahwa variasi menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Makan mampu untuk menyediakan keberagaman menu, maka konsumen akan lebih mudah untuk menemukan hal-hal yang relevan dengan kebutuhannya, atau dengan kata lain daya tarik Rumah Makan tersebut akan lebih baik daripada Rumah Makan dengan keberagaman menu yang lebih sedikit. Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Tondang et al. (2023), Fuadi (2023) yang menyimpulkan bahwa variasi menu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor yang tidak kalah penting untuk diperhatikan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang sangat menentukan dalam membentuk keputusan konsumen untuk membeli (Yuliana & Pratiwi, 2024). Pelayanan yang baik mencerminkan

kemampuan karyawan dalam melayani konsumen secara cepat, ramah, sopan, tanggap, dan tepat. Dalam bisnis rumah makan, kualitas pelayanan tidak hanya terlihat dari kecepatan penyajian makanan, tetapi juga dari sikap karyawan dalam melayani pesanan, menangani keluhan, serta memberikan perhatian kepada pelanggan (Mone, Asmiyati, Kaur, Kowalska & Trisnayati, 2026). Pelayanan yang memuaskan dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen dan meningkatkan penilaian positif terhadap rumah makan. Sebaliknya, pelayanan yang lambat, kurang ramah, atau tidak responsif dapat menurunkan tingkat kepuasan walaupun produk yang ditawarkan sudah baik (Setiari, 2025). Berikut ulasan para konsumen mengenai pelayanan di Nasi Kulit Ayam Nagiiih cabang Jebres Surakarta.

TABEL VI
ULASAN KONSUMEN TENTANG KUALITAS PELAYANAN NASI KULIT AYAM
NAGIIIIH CABANG JEBRES SURAKARTA

No	Nama	Ulasan
1.	Muhammad Fatah Yasin	Tempat nyaman, pelayanan ramah, harga terjangkau, makanan mantapp.
2.	Indah Prita02	Pelayanan ramah, rasa enak, tempat bersih.
3.	Ratna Dewi	Pelayanannya ramah, tempatnya bersih, rasanya enak murah pula. Gak nyesel deh pokoknya. Endul makan enak tapi masih tetap ramah di kantong.. <i>recommended</i> pokoknya.

Sumber: Google maps.

Tabel VI menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan pihak Nasi Kulit Ayam Nagiiih dari ulasan konsumen terlihat memuaskan konsumen, Terlihat konsumen menyatakan tempatnya nyaman, pelayanannya ramah, dan juga tempatnya bersih. Selain itu, para konsumen juga memberikan tanda bintang lima.

Faktor kualitas pelayanan perlu diperhatikan, dikarenakan faktor kualitas pelayanan bisa mempengaruhi konsumen dalam memutuskan melakukan pembelian. Penjelasan tersebut relevan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sutrisno (2023) pada konsumen Rumah Makan Pakne Heksa Semarang Cabang Ventura yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Ditawati et al. (2024) pada konsumen Ayam Raciken Talasalapang menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Yuliana & Pratiwi (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.

Nasi Kulit Ayam Nagiiih cabang Jebres Surakarta sebagai salah satu usaha kuliner perlu memperhatikan ketiga aspek tersebut secara bersamaan, yaitu cita rasa, variasi menu, dan kualitas pelayanan karena ketiganya memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian (Sembiring, Annisa, Komalasari, Alfiani, Achyar & Rachma, 2025). Dalam praktiknya, pelanggan tidak hanya mengevaluasi produk makanan berdasarkan cita rasa, tetapi juga berdasarkan variasi menu yang tersedia, dan kualitas interaksi dengan karyawan. Apabila ketiga faktor tersebut mampu dikelola dengan baik, maka rumah makan akan lebih mudah menciptakan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian dan mempertahankan konsumen di tengah persaingan usaha kuliner yang semakin berkembang (Ritonga, Simanjuntak & Amin, 2025).

Hasil penelitian-penelitian sebelumnya, cita rasa, variasi menu, dan kualitas pelayanan sering kali ditemukan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada berbagai objek usaha kuliner. Namun demikian, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan variasi, baik dari segi pengaruh parsial maupun simultan, sehingga

diperlukan pengujian lebih lanjut pada objek penelitian yang berbeda (Izza, 2023). Kondisi ini menunjukkan bahwa hasil penelitian pada satu rumah makan belum tentu sama dengan rumah makan lainnya, karena karakteristik konsumen, konsep usaha, dan strategi pelayanan dapat berbeda-beda. Oleh karena itu, penelitian pada Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta menjadi penting untuk mengetahui apakah ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada objek yang diteliti.

Berdasarkan uraian tersebut, menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul Pengaruh Cita Rasa, Variasi Menu, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Nasi Kulit Ayam Nagiih Cabang Jebres Surakarta).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta bertujuan untuk mengkaji pengaruh cita rasa, variasi menu, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen. Alasan peneliti memilih objek penelitian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta karena dari hasil data omzet penjualan maupun jumlah pelanggan mengalami penurunan. Masalah tersebut menjadi fenomena yang menarik untuk dilakukan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, dimana nilai regresi sebesar 0,351 dengan $p\text{-value } 0,000 < 0,05$. Pengaruh positif berarti pengaruh yang searah, artinya apabila cita rasa meningkat maka keputusan pembelian juga meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Marzuki et al (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa cita rasa mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Nugraheni et al (2024) yang menghasilkan bahwa cita rasa tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini agar variabel cita rasa meningkatkan keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, maka Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta sebaiknya semakin meningkatkan rasa makanan sehingga makanan yang ada di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta rasanya semakin nikmat di lidah. Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta hendaknya tetap selalu menjaga rasa makanan agar selalu ada rangsangan mulut sehingga rasa makanan yang disajikan Nasi Kulit Ayam Nagiih membuat tidak berhenti makan.

2. Pengaruh Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, dimana nilai regresi sebesar 0,140 dengan $p\text{-value } 0,038 < 0,05$. Pengaruh positif berarti pengaruh yang searah, artinya apabila variasi menu meningkat maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ekawati & Sumaryanto (2025), Khoirunnisa et al (2025), Ditawati et al (2024), Marzuki et al (2024), Tiana & Nurhadi (2024), Velicia Sumantri (2023), Antika & Indiani (2023), bahwa variasi menu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Fatmala & Bahari (2024) bahwa variasi menu tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penyediaan berbagai macam menu makanan dan minuman dapat mendorong

konsumen untuk melakukan pembelian, karena dengan banyaknya jenis menu, konsumen dapat memilih sesuai seleranya. Alma (2018: 144) menjelaskan bahwa variasi menu adalah salah satu unsur penting dalam persaingan bisnis yakni variasi menu makanan yang disediakan oleh perusahaan untuk konsumen.

Implikasi dari penelitian ini agar variabel variasi menu meningkatkan keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, maka Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta sebaiknya semakin meningkatkan presentasi atau penyajian makanan dan minuman dengan penataan yang semakin menarik. Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta hendaknya selalu mempertahankan jenis makanan dan minuman yang ditawarkan dengan selalu menyediakan beberapa menu makanan dan minuman yang dapat dipilih sesuai selera.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, terbukti dari hasil uji regresi diperoleh nilai regresi sebesar 0,142 dengan $p\text{-value } 0,028 < 0,05$. Pengaruh positif berarti pengaruh yang searah, artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka keputusan pembelian juga meningkat. Sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun maka keputusan pembelian juga akan menurun. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nugraheni et al (2024), Antika & Indiani (2023), dan Perkasa et al (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan Ditawati et al (2024) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini agar variabel kualitas pelayanan meningkatkan keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, maka Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta sebaiknya semakin meningkatkan assurance atau jaminan pelayanan sehingga kualitas pelayanan Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta dalam melayani semakin tidak diragukan lagi. Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta hendaknya tetap selalu mempertahankan tangibles atau bukti fisik pelayanan dengan cara karyawan selalu menjaga kerapian pakaian sehingga kerapian karyawan Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta tetap selalu bagus.

Selain itu, supaya keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta meningkat, maka Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta sebaiknya semakin beragam dalam menyediakan metode pembayaran. Ditambah lagi dengan selalu menjaga atau mempertahankan agar tetap selalu menjadi pilihan produk bagi konsumen sehingga tetap selalu memilih Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta dibanding nasi kulit lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta.
2. Variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini, meliputi:

1. Hasil penelitian ini hanya dilakukan untuk pelanggan Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan.
2. Variabel dalam penelitian ini terbatas pada tiga variabel bebas (cita rasa, variasi menu, dan kualitas pelayanan) sehingga jika ada penambahan variabel akan membuat hasil penelitian ini lebih akurat.

Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta hendaknya mempertahankan rasa makanannya dan meningkatkan makanan yang nikmat di lidah dengan jalan selalu menjaga rasa makanan agar selalu ada rangsangan mulut sehingga rasa makanan yang disajikan Nasi Kulit Ayam Nagiih membuat tidak berhenti makan.
2. Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta hendaknya mempertahankan beberapa menu makanan minuman, dan meningkatkan penataan makanan dan minuman yang menarik.
3. Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta hendaknya mempertahankan kerapian pakaian karyawan dan meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara karyawan selalu menjaga kesopanan maupun sifat dapat dipercaya.
4. Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta sebaiknya mempertahankan pilihan produk dan meningkatkan menggunakan berbagai macam metode pembayaran, dengan cara menyediakan beragam metode pembayaran supaya tetap selalu memilih Nasi Kulit Ayam Nagiih cabang Jebres Surakarta dibanding nasi kulit lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2018 Manajemen Strategi Pemasaran, Pustaka Setia, Bandung.
- Alkautsar, Gibran Fadhil. 2021. "Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Mcdonald's di Daerah Cipinang)." Skripsi. Fakultas Ilmu Administrasi, Malang.
- Alma, Buchari. 2018. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta, Bandung.
- Ananda, Dea., Muftiyanto, R.Taufiq Nur & Suyatno, Agus. 2025. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Peningkatan Gaya Konsumtif di Kalangan Generasi Z Kota Solo". JUSBIT : Jurnal Strategi Bisnis Teknologi. Vol. 2 No. 1, hal. 11-20.
- Ananta, Afan Lutfi. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Thirdbid Coffe Pati Jawa Tengah". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang.
- Anggreani, R. 2021. "Pengaruh Kualitas Layanan, Cita Rasa dan Suasana Café Terhadap Kepuasan Konsumen di Cafe Binte Palu". Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu.
- Anonim. 2024. Pedoman Penyusunan Usulan Penelitian dan Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNISRI. Surakarta.
- Antika, N.W.P.F., & Indiani, N.L.P. 2023. "Peran Variasi Menu, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Zactie Bar and Restaurant)". Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ), Vol. 5, No.1, hal. 1-13.
- Arikunto, Suharsimi. 2016. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, Rineka Cipta, Jakarta.
- Astrilestari, Shanti Kartika. 2025. Statistik Penyediaan Makanan Minuman 2024. Badan Pusat Statistik/BPS-Statistics Indonesia, Jakarta.
- 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. Vol. X, No. 1, hal. 69-77.
- Diantanti, N.P., Darajat, A.H., & Amrila, K.F. 2025. "Peran Variasi Menu dan Harga Terhadap

- Keputusan Pembelian di Kantin Sekolah”. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, Vol. 23, No. 4, hal 586 – 598.
- Ditawati, Nur, Y., & Nurlaela. 2024. “Pengaruh Varian Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang”. *Malomo: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 1, hal. 111-121.
- Drummond & Brefere. 2021. *Buku Ajar Ahli Gizi*. Penerbit Buku Kedokteran.
- DTI, Biro. 2026. *Enam Kota di Indonesia Jadi Destinasi Kuliner Dunia*. Kementerian UMKM Republik Indonesia. Jakarta.
- Ekawati, Aanisa Dini & Sumaryanto. 2025. “Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Burjo Polopes Sragen”. *PENG: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 2, No. 2, hal. 3687-3698.
- Fajriyah, D., Vindiana, A.P., Rosyidta, A.P.O., & Tampubolon, E.S. 2025. “Analisis Pengaruh Variasi Produk, Desain Kemasan, Kebersihan, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Tamaaman Cake”. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*. Vol. 8, No. 3, hal. 1145-1154.
- Fatmala, Indra Ayu & Fransisco Aldi Bahari. 2024. “Pengaruh Store Atmosphere, Variasi Produk, E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Food Court Kota Madiun.” *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*. Vol. 7, No. 2, hal. 263–277.
- Fitriani, Chomariah. 2025. *Produk Domestik Regional Bruto Kota Surakarta Menurut Lapangan Usaha 2020–2024*. Badan Pusat Statistik Kota Surakarta. <https://surakartakota.bps.go.id/id/publication/2025/04/11/87f5e28131ed2c662bbfad85/produk-domestik-regional-bruto-kota-surakarta-menurut-lapangan-usaha-2020-2024.html>. Diakses 26 Juni 2026.
- Fuadi, A.S. 2023. “Pengaruh Inovasi Produk, Variasi Produk, Kemasan, dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang di Space Coffee Roastery Jogja”. *Doctoral Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Garrow, J. S., & James, W. P. T. 2018. *Human nutrition and dietetics* (9th ed.).
- Ghozali, Imam. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hossny, Maher Fouad. 2022. “Factors Affecting Customers Purchase Decision in Fast Food Restaurants: The Mediating Role of Dissatisfaction and Negative Word of Mouth”. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*. Page: 1-20. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-4700532/puas-makan-nasi-kulit-ayam-goreng-renyah-gurih-di-sini>. Diakses 6 Juni 2026.
- <https://umkm.go.id/news/jdvt8cqway9pibx3r3zsiwhf>. Diakses 11 Juni 2026.
- Izza, N.A., 2023. “Pengaruh Cita Rasa dan Keragaman Menu terhadap Kepuasan Konsumen Depot Soto Lamongan Rambipuji Jember”. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri, Jember.
- Khoirunnisa, Syifa; Elin Herlina, & M Anisul Fata. 2025. “Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan Khas Sunda Sinar Ramadhan Bandung”. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 3, No. 4, hal. 553–566.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2021. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Penerbit Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. 2022. *Marketing management* (15th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K.L., & Chernev, A. 2022. *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip. 2022. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Kurniawan, Puji Agus. 2026. *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2025*. Berita Resmi Statistik. Badan Pusat Statistik. Jakarta.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2022. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Marzuki, F., Faridah & Syafrial, H. 2024. “Pengaruh Cita Rasa dan Varian Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Sunda Miraos Bu Tuti Depok”. *INNOVATIVE: Journal*

- Of Social Science Research. Vol. 4 No. 4, hal. 3841-3852.
- Meysiea, Y., Pratama, T., Raisc, S., & Alhamdid, R. 2025. "Pengaruh Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian Di Common Space Coffee & Bar Batam". *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, Vol. 4 No. 2, hal. 785-793.
- Mone, M.M.M., Asmiyati, K., Kaur, K., Kowalska, M.T., & Trisnayati, M.S., 2026. "Penerapan Sumber Daya Manusia yang Kompetitif terhadap Produktivitas Karyawan pada Rumah Makan Angkringan Lestari Maumere". *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nian Tana*. Vol.4, No. 2, hal. 75-88.
- Mujahidin, A.F., Hartono, & Verlandes, Y. 2022. "Pengaruh Menu Diversity, Cafe Atmosphere, dan Worth of Mouth terhadap Purchasing Decision di Cafe Sabin Trawas Mojokerto". *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi (JISMA)*, Vol. 1, No. 3, hal. 141-148.
- Nugraheni, D.A., Nawantoro, F., Gunaningrat, F., & Muftiyanto, R.T.N. 2024. "Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan". *Jumek : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, Vol.2, No.1, hal. 231-243.
- Perkasa, Rendra Pradana, Lucio Ximenes, Muhammad Firdaus, & Amien Pudjanarso. 2021. "Impact of Service Quality, Atmosphere of Store, Price and Word of Mouth on Purchase Decisions in Swiwings, Jember." *MBA: Journal of Management and Business Application*. Vol. 4, No. 1, hal. 399-406.
- Rachmadani, L.D., & Soebiantoro, U. 2022. "Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya". *Jurnal Manajemen*, Vol. 12, No. 1, hal. 1-10.
- Rahmawati, AAD., 2019. *Puas Makan Nasi Kulit Ayam Goreng Renyah Gurih di Sini*. Detikfood, Raminten, Visual. 2026. 20 Wisata Kuliner Solo Paling Hits & Legendaris: Panduan Lengkap Makan Enak di Kota Bengawan. <https://raminten.com/kuliner-solo/>
- Ritonga, N., Simanjuntak, D., & Amin, 2025. "Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Seiya Coffee Rantauprat". *Journal of Innovative and Creativity*. Vol. 5, No. 3, hal. 38614-38624.
- Safitri, Kamalaia Dia. 2024. "Pengaruh Promosi, Variasi Menu, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Study Pada Pizza Hut Delivery cabang Tlogosari Semarang)". Skripsi. Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang.
- Sembiring, E.A., Annisa, A.F., Komalasari, A., Alfiani, F., Achyar, A.M., & Rachma, Y.A., 2025. "Pengaruh Variasi Menu, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Warung Mie Ayam Bakso Family Ciawi". *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 5, No.3, hal. 236 – 255.
- Setiari, I., 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Rumah Makan Nera Majalengka". *Jurnal Media Teknologi*, Vol. 12, No. 1, hal. 115-126.
- Soebiantoro, L. D. 2022. "Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya." *Jurnal Manajemen*, Vol. 12, hal. 1-10.
- Sugiyono. 2020. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sumantri, Velicia. 2023. "Analisis Pengaruh Variasi Menu Makanan Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Bandar Djakarta, Alam Sutera". *Cross-border*. Vol. 6, No. 2, hal. 915-931.
- Supardi. 2018. "Kewirausahaan Kreatif Citarasa Keputusan Konsumen Pembelian Produk (Studi Kasus Yoghurt Jellydely Bandung)". The Authors. Published by Cano Ekonomos, Vol. 7, No. 3, hal. 1-12.
- Sutrisno, Atqiyah Nugroho, 2023. "Pengaruh Harga, Pelayanan dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian Kepada Rumah Makan Pakne Heksa Semarang Cabang Ventura". Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.
- Thompson, J., & Lee, H. 2024. "Novelty Seeking and Variety Preference in Adolescent Food Consumption Patterns". *Appetite*, 178, 106-119.
- Tiana, A., & Nurhadi, A., 2024. "Pengaruh Variasi Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Waroeng Spesial Sambal "SS" Cabang Jatinangor". *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1, No.4, hal. 1608-1618.

- Tjiptono, Fandy. 2020. Strategi Pemasaran. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tondang, G. A., Nasution, M. L. I., & Dharma, B. 2023. "Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang)". Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah. Vol. 6, No. 1, hal. 15-26.
- Ulfa, S.M., & Safitri, S. 2025. "Pengaruh Servicescape, Variasi Menu, Dan Cita Rasa Terhadap Pembelian Ulang Pada Rumah Makan Shanaya Food Pekanbaru". eCo-Fin: Economics and Financial. Vol. 7, No. 1, hal. 480-493.
- Umar, Husein. 2019. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Rajawali, Jakarta.
- Yuliana, H., & Pratiwi, A. 2024. "Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Survei pada Kopi Janji Jiwa Karanganyar)". KAMPUS AKADEMIK PUBLISING, Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen, Vol.2, No.7, hal. 393-404.