



p-ISSN 1858-1048
e-ISSN 2654-9247

JURNAL Manajemen Kewirausahaan

HOME ABOUT LOGIN REGISTER SEARCH CURRENT ARCHIVES

Home > Archives > Vol 14, No 1 (2017)

Vol 14, No 1 (2017)

JMK Edisi Juni 2017

DOI: <http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v14i1>

Table of Contents

Articles

ANALISIS KOMPARASI IMBAL HASIL SAHAM-SAHAM UNDER VALUE TERHADAP INDEK HARGA SAHAM GABUNGAN DI BURSA EFEK INDONESIA Sunarso Sunarso	PDF 1 - 8
PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN SEKTOR FOOD AND BEVERAGES DI BEI Sugoto Sulistyono, Sahat M.P. Tanjung	PDF 9 - 18
CITARASA DAN KERAGAMAN MENU DALAM MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN NASI UDUK BETAWI MPOK TIYAH Mursida Kusuma Wardhani, Anna Wulandari	PDF 19 - 30
PENGARUH KEBUTUHAN AKTUALISASI DIRI, PENGHARGAAN DAN SOSIAL TERHADAP KINERJA PEGAWAI PT ANGKASA PURA II (PERSERO) BANDARA SOEKARNO HATTA CENGKARENG TANGERANG Anik Ariyanti	PDF 31 - 50
PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KEWIRAUSAHAAN PADA USAHA KECIL MASYARAKAT RAGA JAYA KAB. BOGOR Eswanto Sugeng Rahayu, Mulyadi Mulyanti	PDF 51 - 62



- Journal History
- Focus and Scope
- Publication Ethics
- Author Guidelines
- Article Template
- Submission
- Publishing Process
- Author Fee (s)
- Editorial Team
- Contacts
- Statistics

PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KEWIRAUSAHAAN PADA USAHA KECIL MASYARAKAT RAGA JAYA KAB. BOGOR Eswanto Sugeng Rahayu, Mulyadi Mulyanti	PDF 51 - 62
PENGARUH KOMPETENSI DAN MANAJEMEN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI KANTOR PEMERINTAHAN KECAMATAN Rasipan Rasipan, Meli Andriyani	PDF 63 - 76
PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN DISIPIN KERJA TERHADAP KINERJA PERAWAT RUANG RAWAT INAP MAWAR RUMAH SAKIT KANKER DHARMAIS Khairunnisa Fauzi, Susilowati Budiningsih	PDF 77 - 78
PENGARUH PELATIPENGARUH PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA PEGAWAI DAN PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP KINERJA PEGAWAI Siti Laela, Meryati Santoso	PDF 89 - 100
PENGARUH MOTIVASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PT. SINAR MITRA SEPADAN FINANCE Siti Nur Komariah, Joni Heruwanto	PDF 101 - 110
KARAKTERISTIK INDIVIDU, KOMPETENSI DAN MODAL SOSIAL PENGARUHNYA TERHADAP MOTIVASI DAN DAMPAKNYA PADA KINERJA PEREMPUAN BERWIRAUSAHA DI DKI JAKARTA Siti Mahmudah, M. As'ari	PDF 111 - 120

Statistics



Visitors	
ID 19,280	JP 19
US 1,271	MY 19
SG 40	NL 14
IN 37	RU 14
KR 27	ZA 13

Pageviews: 65,274

VISITS	
TODAY:	13
YESTERDAY:	90
TOTAL:	28167
HITS	
TODAY:	27
YESTERDAY:	184
TOTAL:	74633

USER

Username

Password

Remember me

LANGUAGE

Select Language

English

INFORMATION

- [For Readers](#)
- [For Authors](#)
- [For Librarians](#)

Indexed By:



9 772654 924001

Jurnal Manajemen Kewirausahaan

Publish by LP2M Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Gd. H.R. Soemitro Lt. 2 Jl. Ledta Natsir No. 7 Nagrak, Gunung Puteri, Bogor



JURNAL

MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN

Volume 14 Nomor 1 - Juni 2017



JURNAL

MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN

Redaksi, menerima karya tulis asli (bukan terjemahan atau saduran), berkaitan dengan manajemen keuangan, pemasaran, sumber daya manusia, bisnis, dan ekonomi. Redaksi berhak menyunting tulisan yang akan dimuat tanpa mengubah isi. Tulisan yang dimuat sepenuhnya menjadi hak Redaksi. Yang tidak dimuat hanya dikembalikan kepada pengirim apabila disertai sampul yang sudah diberi alamat lengkap dan prangko secukupnya.

Pengiriman karya tulis disertai dengan alamat lengkap, nomor telepon/fax, atau alamat e-mail. Tulisan diketik 1½ spasi pada kertas ukuran A4/80 maksimal 30 halaman, disertai abstraksi dan referensi (daftar pustaka).

Komitmen Jurnal tiap terbit terdiri dari kurang lebih 100 halaman atau maksimal 10 artikel tergantung cakupan artikel. Tipe huruf yang digunakan adalah Bookman Old Style.

Unit layanan jual melayani langganan, pembelian satuan langsung dan pesanan. Harga jual Rp.50.000,-.

Cara pemesanan: Transfer ke Bank Permata Capem Adhi Graha No. Rek. 0-866666-016 a.n. Yayasan IPWIJA Jakarta. Fax bukti transfer ke nomor (021-5265270), lengkap dengan nama, alamat, no. telepon, dan keterangan berlangganan dan pesanan.

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

Jurnal Manajemen & Kewirausahaan

Pembina

Dewan Pembina dan Pengurus Yayasan IPWIJA

Penanggung Jawab

Dr. Suyanto, S.E., M.M., M.Ak (Ketua STIE IPWIJA)

Pimpinan Umum

Drs. Juniarto Rojo Prasetyo, MPM, Ed.D.

Dewan Redaksi

Prof. Kartomo Wirosuhardjo, MA (STIE YAPPAN)

Prof. J. Supranto, APU (UPI YAI)

Jen Z.A. Hans, Ph.D. (PD Training)

Dr. Herry Margono, MM (Kharisma Avertising)

Dr. Drs. Slamet Ahmadi, MM (STIE Putra Bangsa)

Pemimpin Redaksi

Y.I. Gunawan, SE, MM

Redaksi Pelaksana

Dra. Anik Ariyanti, M.M.

Dra. Siti Laela, M.M.

Design Grafis

Dwi Satriyo Medantoro

Distribusi & Pemasaran

Cecep, SE, MM

Tim Administrasi dan Keuangan

Sri Hato, SE

Alamat Redaksi:

- Gedung Yayasan Dewi Sartika Lt. 3 Jl. Tebet Barat Dalam VI Tebet Jakarta 12810 Tel. 021-83789666 Fax. 021-83789627
- Jl. Letda Natsir No. 7 Nagrak Cikeas, Gunung Putri, Bogor Tel. 021-8233737 Fax. 021-8234224

Penerbit:

LP2M IPWIJA

Percetakan:

CV. Agung Semarang

Frekwensi Terbit:

6 (enam) Bulanan



JURNAL MANAJEMEN & KEWIRAUSAHAAN

Volume 14 Nomor 1 - Juni 2017

DAFTAR ISI

SUSUNAN DEWAN REDAKSI

DARI REDAKSI

DAFTAR ISI

<i>Analisis Komparasi Imbal Hasil Saham-Saham Under Value Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan di Bursa Efek Indonesia (Sunarso)</i>	1 - 8
<i>Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham Perusahaan Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia (Sugoto Sulistiyono dan SM Parulian Tanjung)</i>	9 - 18
<i>Citarasa dan Keragaman Menu Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Nasi Uduk Betawi Mpok Tiyah (Mursida Kusuma Wardani dan Anna Wulandari)</i>	19 - 30
<i>Pengaruh Kebutuhan Aktualisasi Diri, Penghargaan dan Sosial Terhadap kinerja Pegawai Angkasa Pura II (Persero) (Anik Ariyanti)</i>	31 - 50
<i>Pengaruh Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kewirausahaan pada Usaha Kecil Masyarakat Raga Jaya Kabupaten Bogor (Eswanto Sugeng Rahayu dan Mulyadi)</i>	51 - 62
<i>Pengaruh Kompetensi dan Manajemen Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Pelayanan di Kantor Pemerintahan (Rasipan dan Meli Andriyani)</i>	63 - 76
<i>Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Perawat Ruang Rawat Inap Mawar Rumah Sakit Kanker Dharmais (Khairunnisa Fauzi dan Susilowati Budiningsih)</i>	77 - 88
<i>Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai (Siti Laela dan Meryati S)</i>	89 - 100
<i>Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Sinar Mitra Sepadan Finance (Siti Nur Komariah dan Joni Heruwanto)</i>	101 - 110
<i>Karakteristik Individu, Kompetensi dan Modal Sosial Pengaruhnya Terhadap Motivasi dan Dampaknya Pada Kinerja Perempuan Berwirausaha di Jakarta (Siti Mahmudah dan M. As'ari)</i>	111 - 120

CITARASA DAN KERAGAMAN MENU DALAM MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN NASI UDUK BETAWI MPOK TIYAH

Oleh:

Mursida Kusuma Wardani, SE, MM
Dr. Anna Wulandari, SE, MM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citarasa dan keragaman menu terhadap kepuasan konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif tipe verifikatif yaitu menguji pengaruh antar variabel. Data Penelitian diperoleh dari jawaban kuisioner penelitian yang dibagikan kepada 50 konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah yang pernah membeli lebih dari satu kali. Teknik pengambilan sampel menggunakan convenience sampling.

Metode Analisis yang digunakan adalah analisis Regresi Linier Ganda. Dengan metode regresi linier ganda maka tahapan analisis meliputi uji asumsi klasik, uji model menggunakan Uji-F untuk menjelaskan kemampuan model dengan melihat nilai R Square, dan Uji-t untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kelayakan yang baik (goodness of fit test) karena dalam model penelitian (Nilai $R^2 = 0.248$ dan $Sig. F = 0,001$); variabel Citarasa dan Keragaman Menu secara bersama-sama mampu menjelaskan 24.8% variasi Kepuasan. Citarasa berpengaruh terhadap kepuasan dengan arah positif ($b_1 = 0.202$), artinya semakin meningkat citarasa yang dirasakan konsumen akan membuat kepuasan konsumen semakin meningkat. Keragaman Menu berpengaruh terhadap Kepuasan dengan arah positif ($b_2 = 0.248$) artinya semakin meningkat keragaman menu yang disajikan untuk konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan hipotesis menunjukkan bahwa Citarasa (X_1) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan (Y) sedangkan Keragaman Menu (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Citarasa, Keragaman Menu, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Jika kita mendengar atau mendatangi suatu wilayah pasti yang ingin kita nikmati adalah kekhasan dari wilayah tersebut. Banyak hal yang menjadi keinginan kita menikmatinya seperti kondisi alam, makanan khas, budaya dan lain sebagainya. Karena seperti ada yang kurang apabila kita tidak menikmati kekhasan dari suatu wilayah yang kita kunjungi. Apabila mengunjungi wilayah dengan kebudayaan betawi biasanya orang akan mencari beragam jenis makanan seperti kerak telur, ketoprak, kue rangi, nasi uduk dan lain sebagainya.

Setiap orang membutuhkan makan untuk memenuhi kebutuhan rasa lapar. Namun ada juga yang hobi untuk mencoba setiap rasa makanan yang ada di wilayah yang dikunjungi. Sehingga orang senantiasa ingin melihat dan mencoba setiap jenis makanan hingga mereka dapat menikmatinya. Nasi uduk betawi yang kini banyak tersebar di Jakarta dan sekitarnya memiliki keragaman dalam penyajian, rasa dan menu yang ditawarkan.

Tempat makan yang menyediakan menu yang cukup banyak dan beragam sehingga konsumen dapat memilih menu sesuai dengan selera. Penting bagi tempat makan untuk menyajikan

menu yang beranekaragam karena adanya kecenderungan dalam diri konsumen yang menghendaki pilihan yang beragam, sehingga dengan bermacam-macam menu yang disediakan diharapkan dapat memberikan dorongan dan pilihan bagi konsumen untuk membeli makanan yang memenuhi selera dalam bersantap. Penyediaan keragaman menu yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Hal ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan dari sebuah tempat makan.

Menurut Daryanto & Setyobudi (2014), kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Solomon (2011), menyebutkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh konsumen.

Widya Agustin Ningtias (2016), menyatakan hasil identifikasi atribut diperoleh 20 jenis atribut kepuasan dan pelayanan rumah makan, diantaranya adalah cita rasa, harga, porsi, keragaman menu, jaminan nutrisi, kerapihan karyawan, kecepatan pelayanan, kemampuan memberi informasi, kesopanan, keramahan, jaminan pergantian menu, kecepatan merespon keluhan, keadilan pelayanan, konsistensi waktu, alat makan, alat pendukung makan, lokasi, kemudahan akses transportasi umum, parkir, dan keamanan parkir.

Warung nasi uduk betawi Mpok Tiyah buka setiap hari mulai pukul 5.00 WIB sampai dengan Pukul 10.00 WIB, kecuali hari Senin warung ini tutup. Warung ini selalu ramai oleh konsumen. Jika dilihat dari tempat makan nasi uduk ini biasa saja sama seperti tempat-tempat lain di lingkungan jalan Inpres Larangan. Namun yang membuat beda adalah macam-macam jenis makanan yang disajikan di tempat ini. Macam-

macam makanan yang tersedia di tempat itu adalah nasi uduk, ketupat sayur, ketan, semur jengkol, jengkol balado, semur tahu, tahu isi, semur tempe, tempe tepung, semur kentang, semur telur, telur dadar, telur balado, bakwan, risol, kue lupis, kue pisang, pisang goreng, kue apem, getuk singkong, kue gemblong, putu ayu, donat, martabak mini serta sajian gratis air teh tawar hangat, sambel kacang dan sambel goreng.

Jika melihat kondisi yang terjadi gairah untuk mencoba semua makanan seperti mengalir begitu saja tanpa menghiraukan rasa yang ada dalam macam-macam makanan tersebut. Oleh karena itu untuk keberlangsungan warung nasi uduk betawi Mpok Tiyah dan membuat konsumen puas dengan kondisi tersebut perlu adanya timbal balik dari konsumen yaitu mengenai citarasa, keragaman menu yang menjadi perhatian. Kepuasan konsumen merupakan tolak ukur bagi keberlangsungan penjualan nasi uduk betawi di suatu wilayah yang tentu saja memiliki keragaman mengapa orang merasa puas dan datang lagi untuk membeli dan menjadi pelanggan hingga tanpa disadari mereka melakukan aktivitas promosi bagi nasi uduk betawi tersebut.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam mempengaruhi citarasa dan keragaman menu, yang selanjutnya diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citarasa terhadap kepuasan konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah.

TELAAH LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu indikator keberhasilan dari

suatu usaha. Hal ini telah dipercaya secara umum karena dengan memuaskan konsumen maka organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas (Barsky,1992 dalam Daryanto & Setyobudi, 2014). Sementara menurut Engel et al., (1995) kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (Outcome) yang sama atau melebihi harapan dari konsumen, sedangkan ketidakpuasan akan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen (Daryanto & Setyobudi,2014).

Amir (2012) menungkapkan beberapa faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen menurut beberapa ahli yaitu:

- Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Tingkat pelayanan merupakan suatu tingkat yang ditunjukkan oleh perusahaan atau instansi dalam menanggapi orang-orang yang memerlukan pelayanan tersebut. Tjiptono dan Chandra (2011) mengemukakan bahwa konsep orientasi pelayanan lebih menekankan pada aspek praktik,kebijakan dan prosedur layanan pada sebuah organisasi, Sehingga berdampak pada kepuasan konsumen (Amir,2012).
- Kualitas produk menjadi salah satu yang penting, dikarenakan kualitas produk sebagai representasi terhadap kualitas perusahaan penghasil produk tersebut. Kualitas produk yang dirasakan konsumen akan menentukan persepsi konsumen terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Amir, 2012). Gaspersz (2002) mengemukakan bahwa adanya perhatian pada kualitas akan memberikan dampak positif kepada perusahaan melalui peningkatan penjualan atas produk berkualitas yang berharga kompetitif (Amir,2012).

- Harga menjadi suatu hal yang penting,dikarenakan harga yang ditawarkan suatu perusahaan pada konsumen sebagai sebuah tolak ukur pada kualitas produk yang dibeli. Bila harga tidak sesuai dengan kualitas produk maka konsumen tidak akan membeli dan mempergunakan produk tersebut. Sutojo, (2009) mengemukakan bahwa harga mempunyai pengaruh langsung terhadap permintaan produk di pasar. Hal itu disebabkan karena pada dasarnya harga merupakan sesuatu yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen atau pembeli institusional (Amir, 2012).

- Promosi, Menurut Lupiyoadi (2006),promosi merupakan salah satu variabel pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian/penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi dan akan ada dampaknya pada kepuasan konsumen (dalam Amir, 2012).

Seperti yang telah dikemukakan di atas bahwa ada banyak pengertian kepuasan konsumen. Menurut Giese & Cote (2000) sekalipun banyak definisi kepuasan konsumen, namun secara umum tetap mengarah kepada tiga kompone utama, yaitu:

- a. Respon: Tipe dan intensitas. Kepuasan konsumen merupakan respon emosional dan juga kognitif.Intensitasresponnya mulai dari sangat puas dan menyukai produk sampai sikap yang apatis terhadap produk tertentu.
- b. Fokus. Fokus pada performansi objek disesuaikan pada beberapa standar. Nilai standar secara langsung berhubungan dengan produk,

konsumsi, keputusan berbelanja, penjual dan tempat usaha.

- c. Waktu respon. Respon terjadi pada waktu tertentu, antara lain: setelah konsumsi, setelah pemilihan produk atau jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif. Durasi kepuasan mengarah kepada berapa lama respon kepuasan itu berakhir.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat membeli, karena minat membeli merupakan salah satu tahap pada suatu subyek sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Menurut Pamangshah (2008), membeli adalah memperoleh sesuatu dengan membayar uang atau memperoleh sesuatu dengan pengorbanan, minat membeli dapat diartikan sebagai suatu sikap senang terhadap suatu obyek yang membuat individu berusaha untuk mendapatkan obyek tersebut dengan cara membayarnya dengan uang atau dengan pengorbanan. Konsumen akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu setelah pembelian produk. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen dengan suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen merasa puas, maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk itu kembali. Sebaliknya, konsumen yang tidak puas akan berusaha mengurangi ketidakpuasan dengan membuang atau mengembalikan produk, atau mencari informasi yang mungkin memperkuat nilai informasi tersebut. Dalam kondisi ini, konsumen mempunyai pilihan mengambil tindakan atau tidak mengambil tindakan apapun. Jika memilih yang pertama, konsumen akan mengadu kepada perusahaan, ke penasehat hukum, atau kepada kelompok lain yang dapat membantu untuk mendapatkan kepuasan seperti badan swasta atau pemerintah. Bila pilihan kedua yang diambil, kemungkinan konsumen akan berhenti membeli produk tersebut. Dengan demikian, maka dapat dikatakan bahwa penjual telah gagal dalam memuaskan

konsumen. Sikap seseorang ditentukan oleh kepuasan yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. Sikap (attitudes) konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen.

Keragaman Menu

Keragaman menu adalah hal atau keadaan beraneka ragam (Salim dan Peter, 1991:66). Setiap konsumen memiliki selera makan yang tidak selalu sama. Jika tempat makan menyediakan menu yang beranekaragam, akan lebih memudahkan sebuah tempat makan untuk menarik konsumen agar bersantap di tempat makan tersebut. Karena, semakin banyaknya pilihan yang disediakan oleh tempat makan tersebut, maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu sesuai keinginannya.

Suatu tantangan paling besar dihadapi oleh setiap tempat makan adalah masalah pengembangan produk atau keanekaragaman menu yang disajikan. Keanekaragaman menu dapat dilakukan oleh pemilik tempat makan dengan cara mengembangkan jenis makanan yang sudah ada. Dan dapat pula melihat menu makanan di tempat makan lain yang sejenis guna menciptakan menu baru dengan variasi-variasi menu yang sesuai. Tempat makan yang tidak mengadakan atau tidak mampu menciptakan variasi menu baru akan menghadapi resiko seperti penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif, adanya perubahan selera konsumen, munculnya teknologi baru dalam penyajian menu makanan.

Menurut Philip Kotler (2002:347) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Sedangkan pengertian keragaman produk menurut James F. Engels keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut (Engels, 1995:258).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk di sebuah tempat makan adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan menu mulai dari rasa, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di tempat makan. Salah satu unsur kunci dalam persaingan diantara bisnis kuliner adalah ragam menu yang disediakan oleh tempat makan. Oleh karena itu, penyedia tempat makan harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman menu yang dijual, karena dengan adanya macam-macam produk dalam arti menu yang lengkap mulai dari rasa, ukuran, kualitas dan ketersediaan produk setiap saat seperti yang telah diuraikan diatas. Dengan hal tersebut maka akan memudahkan konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai dengan keinginan mereka.

H1: Terdapat pengaruh citarasa terhadap kepuasan konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah.

Citarasa

Citarasa adalah suatu cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (taste) makanan tersebut. Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam indera manusia, yakni perasa, penciuman, perabaan, penglihatan, dan pendengaran. Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (taste buds) yang terletak di lidah, pipi, kerongkongan, atap mulut, yang merupakan bagian dari cita rasa. (Drummond KE & Brefere LM. 2010:3-4).

Ada kalanya makanan yang tersedia tidak mempunyai bentuk yang menarik meskipun kandungan gizinya tinggi, dengan arti lain kualitas dari suatu produk makanan sangat ditentukan oleh tingkat kesukaan konsumen terhadap makanan tersebut. Umumnya pengolah makanan selalu berusaha untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik. Kualitas makanan adalah keseluruhan sifat-sifat dari makanan

tersebut yang berpengaruh terhadap konsumen.

Kompleksitas suatu cita rasa dihasilkan oleh keragaman persepsi alamiah. Citarasa dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu bau, rasa, dan rangsangan mulut (panas dan dingin). Faktor yang pertama dapat dideteksi oleh indera pencium dan dua faktor yang disebutkan terakhir dapat dideteksi oleh sel-sel sensorik pada lidah. (Wahidah, 2010)

a. Bau.

Bau merupakan salah satu komponen cita rasa pada makanan, yaitu memberikan aroma atau bau, maka dapat mengetahui rasa dari makanan tersebut. Dimana bau ini dikenal dengan menggunakan hidung. Apabila bau makanan berubah maka tentu saja akan berpengaruh pada rasa. Bau tengik atau alkohol yang disebabkan oleh bahan makanan tersebut telah lama disimpan yang telah terkontaminasi dengan udara luar. Bau makanan banyak menentukan kelezatan bahan makanan tersebut. Dalam hal bau lebih banyak sangkut pautnya dengan alat panca indera penciuman.

b. Rasa.

Rasa berbeda dengan bau dan lebih banyak melibatkan panca indera lidah. Rasa dapat dikenali dan dibedakan oleh kuncup-kuncup cecepan yang terletak pada papilla yaitu bagian nodal darah jingga pada lidah. pada anak kuncup-kuncup perasa tersebut selain terletak di lidah juga terletak pada farinx, pelata bagian langit-langit yang lunak maupun keras. Papilla yang lain adalah papila foliatadi bagian pinggir lidah dan apabila sirkumvalata yang melintang di lidah bagian belakang dan berbentuk huruf V. semuanya mempunyai kuncup cecepan, sedang bagian tengah lidah tidak. Papilia filiform tifak mengandung kuncup-kuncup cecepan tetapi peka terhadap sentuhan. Sampai dengan saat ini telah dikenal empat rasa utama, yaitu asin (salty), asam

(sour), pahit (bitter), dan manis (sweet), ditambah suatu rasa terbaru, yaitu umami, yang umumnya terdapat pada penyedap rasa makanan-makanan khas Asia. Umami dirasakan sebagai sensasi kelegaan yang ditimbulkan oleh asam glutamat, suatu asam amino yang dalam bentuk garamnya dengan natrium dikenal sebagai monosodium glutamate.

c. Rangsangan Mulut.

Selain dari komponen-komponen cita rasa tersebut diatas, komponen yang juga penting adalah timbulnya perasaan seseorang setelah menelan suatu makanan. Bahan makanan yang mempunyai sifat merangsang syaraf perasa dibawah kulit muka, lidah, maupun gigi akan menimbulkan perasaan tertentu. Misalnya bila seseorang mencium bau ammonia, selain bau yang merangsang juga akan menimbulkan perasaan bahwa bau tersebut tajam (sharp). Contoh lain misalnya rempah-rempah yang menimbulkan kesan panas atau kesen dingin yang ditimbulkan oleh permen pedas. Tekstur dan konsistensi suatu bahan akan mempengaruhi cita rasa yang ditimbulkan oleh bahan tersebut. Dari penelitian-penelitian yang dilakukan diperoleh bahwa perubahan tekstur atau viskositas bahan dapat mengubah rasa dan bau yang timbul karena dapat mempengaruhi kecepatan timbulnya rangsangan terhadap sel reseptor olfaktori dan kelenjar air liur. Semakin kental suatu bahan, penerimaan terhadap intensitas rasa, bau dan cita rasa semakin berkurang. Penambahan zat-zat pengental seperti CMC (Carboxy Methyl Cellulose) dapat mengurangi rasa asam sitrat, rasa pahit kafein, ataupun rasa manis sukrosa; sebaliknya akan meningkatkan rasa asin NaCl dan rasa manis sakarin. Rasa dipengaruhi oleh beberapa faktor; suhu, konsentrasi, dan interaksi dengan komponen rasa yang lain .

H2: Terdapat pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah.

METODE PENELITIAN

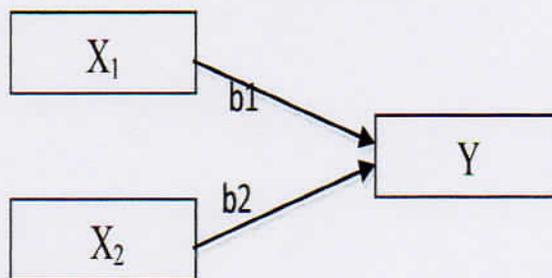
Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan di warung nasi uduk betawi Mpok Tiyah Inpres Larangan Selatan pada bulan Pebruari-Maret 2017. Data Penelitian diperoleh dari jawaban kuisisioner penelitian yang dibagikan kepada 50 konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah yang pernah membeli lebih dari satu kali. Sampel adalah bagian (subset) dari populasi yaitu sejumlah orang, peristiwa, benda atau obyek tertentu. Adapun Teknik pengambilan sampel ini menggunakan random sampling (Heru Mulyanto, Anna Wulandari, 2010).

Desain Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif tipe verifikatif yaitu menguji pengaruh antar variabel. Variabel penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y), dan dua variabel independen yaitu citarasa (X1) dan keragaman menu (X2).

Gambar 1.
Desain Penelitian



R Square

Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian mengenai pengaruh citarasa, keragaman menu dan kepuasan konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah dapat dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 1.
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Indikator
Cita rasa merupakan bentuk kerja sama dari kelima macam <u>indera</u> manusia, yakni <u>perasa</u> , <u>penciuman</u> , <u>perabaan</u> , <u>penglihatan</u> , dan <u>pendengaran</u> . Rasa sendiri merupakan hasil kerja pengecap rasa (<i>taste buds</i>) yang terletak di <u>lidah</u> , <u>pipi</u> , <u>kerongkongan</u> , <u>atap mulut</u> , yang merupakan bagian dari cita rasa. (Drummond KE & Breferre LM. 2010:3-4)	Bau Rasa Rangsangan
Keragaman Menu adalah hal atau keadaan beraneka ragam (Salim dan Peter, 1991:66)	Pilihan Pengembangan Ketersediaan Jenis makanan
Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (Outcome) yang sama atau melebihi harapan dari konsumen (Daryanto & Setyobudi, 2014).	Pelayanan Kualitas Harga Promosi

Metode Analisis

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Ganda. Dengan metode regresi linier ganda maka tahapan analisis meliputi uji asumsi klasik, uji model menggunakan Uji-F untuk menjelaskan kemampuan model dengan melihat nilai R Square, dan Uji-t untuk menguji hipotesis atas besaran koefisien regresi pada model persamaan regresi ganda yaitu $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian dilakukan terhadap 50 responden dimana sebagian besar adalah perempuan yaitu 42 orang atau sebesar 84%, responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 8 orang atau sebesar 16%. Responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh ibu rumah tangga yaitu 27 orang atau 54%. Ibu rumah tangga ini datang ke warung nasi uduk betawi Mpok Tiyah untuk membeli nasi uduk dan lain-lain sebagai bekal

anak-anak sekolah dan untuk sarapan keluarga. Responden dengan pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 14 orang atau sebesar 28% sedangkan dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 9 orang atau sebesar 18%. Sedangkan Responden berdasarkan usia lebih dari 40 tahun sebanyak 11 orang atau sebesar 22%, usia rentang 25-39 tahun yaitu 23 orang atau sebesar 46% dan usia 17-24 tahun sebanyak 16 orang atau sebesar 32%. Karakteristik responden dapat dilihat pada tabel.

Tabel 2.

Karakteristik Responden

Kriteria	Keterangan	Jml	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	8	16
	Perempuan	42	84
Pekerjaan	IRT	27	54
	Karyawan	14	28
	Pelajar/Mhs	9	18
Usia	> 40 tahun	11	22
	25 - 39 tahun	23	46
	17 - 24	16	32

Sumber: Data penelitian & diolah, 2017

Uji asumsi klasik dengan Analisis data telah melalui serangkaian tahap yaitu uji instrumentasi data menggunakan uji validitas reliabilitas, deskripsi variabel dan uji asumsi. Kesemua tahap telah memenuhi persyaratan sehingga analisis regresi linier ganda dilanjutkan. Hasil pengolahan data dengan SPSS versi 16 adalah sebagai berikut:

Tabel.3 .

Model Summary Pengaruh Citarasa dan Keragaman Menu terhadap Kepuasan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.498 ^a	.248	.216	4.34548

a. Predictors: (Constant), KeragamanMenu, Citarasa

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data penelitian diolah, 2017

Nilai koefisien determinasi ganda dari tabel tersebut sebesar 0.248. Nilai $R^2 = 0.248$ menunjukkan bahwa X1 dan X2 dalam model secara bersama-sama mampu menjelaskan 24.8% variasi Y sedangkan 75.2% variasi Y lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4.
Anova Pengaruh Citarasa dan Keragaman Menu terhadap Kepuasan ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	292.972	2	146.486	7.757	.001 ^a
	Residual	887.508	47	18.883		
	Total	1180.480	49			

a. Predictors: (Constant), KeragamanMenu, Citarasa

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data penelitian diolah, 2017

Analisis regresi linier ganda juga menghasilkan tabel koefisien yang menunjukkan pengaruh parsial Citarasa dan Keanekaragaman Menu terhadap Kepuasan yaitu sebagai berikut:

Tabel 5.
Koefisien Pengaruh Citarasa dan Keragaman Menu terhadap Kepuasan Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.994	4.501		5.331	.000
	Citarasa	.202	.115	.237	1.749	.087
	KeragamanMenu	.248	.093	.362	2.671	.010

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data penelitian diolah, 2017

Dari tabel tersebut dapat disusun model persamaan regresi linier ganda berdasarkan pada kolom B. Model persamaan regresi linier ganda hasil penelitian adalah sebagai berikut: $\hat{Y} = 23.994 + 0.202X_1 + 0.248X_2$

Uji Model

Uji model pengaruh simultan dapat diketahui dari hasil analisis pada tabel dimana $R^2 = 0.248$ memiliki nilai probabilitas F hitung sebesar Sig F = 0.001 atau lebih kecil dari taraf uji penelitian (Sig F < α yaitu $0.001 < 0.05$)

sehingga model signifikan dan layak untuk menjelaskan pengaruh antar variabel dimana model persamaan regresi linier ganda hasil penelitian dapat menjelaskan 24.8% variasi Y dipengaruhi secara bersama-sama oleh X1 dan X2

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis 1 : Pengaruh Citarasa terhadap Kepuasan.

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh citarasa terhadap kepuasan konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah. Pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Citarasa (X1) sebesar $b_1 = 0,202$ pada model persamaan regresi linier ganda $\hat{Y} = 23.994 + 0.202X_1 + 0.248X_2$

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₁₀ : $b_1 = 0$: tidak ada pengaruh

H_{1a} : $b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Koefisien regresi Citarasa (X1) sebesar $b_1 = 0.202$, memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar 0.087. Karena $b_1 \neq 0$ dan probabilitas t hitung lebih besar daripada taraf uji penelitian (Sig t > atau $0.087 > 0.05$) maka H_{1a} diterima dan H₁₀ ditolak yang memiliki arti bahwa variabel Citarasa (X1) memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap variabel Kepuasan (Y). Signifikansi hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis pertama penelitian ini diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh tidak signifikan Citarasa terhadap Kepuasan.

Pengujian Hipotesis 2 : Pengaruh Keanekaragaman Menu terhadap Kepuasan.

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Keragaman Menu terhadap Kepuasan konsumen nasi uduk betawi Mpok Tiyah. Pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Keragaman Menu (X2) sebesar $b_2 = 0.248$, pada model persamaan regresi linier ganda $\hat{Y} = 23.994 + 0.202X_1 + 0.248X_2$. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₀ : b₂ = 0 : tidak ada pengaruh

H_{2a} : b₂ = 0 : ada pengaruh

Koefisien regresi Keragaman Menu (X₂) sebesar b₂ = 0.248, memiliki nilai probabilitas t hitung sebesar 0.010. Karena b₂ = 0 dan probabilitas t hitung lebih kecil daripada taraf uji penelitian (Sig t < atau 0.010 < 0.05), maka H₀ ditolak dan H_{2a} diterima yang berarti variabel Keragaman Menu (X₂) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan. Signifikansi hasil pengujian menunjukkan bahwa hipotesis kedua penelitian ini diterima yang berarti bahwa secara parsial variabel Keragaman Menu memiliki pengaruh signifikan terhadap Variabel Kepuasan.

Pembahasan

Pengukuran variabel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan dari indikator pada masing-masing variabel penelitian. Dari hasil uji validitas terhadap masing-masing variabel penelitian ditemukan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel telah valid. Melalui uji reliabilitas ditemukan bahwa seluruh butir pernyataan yang digunakan dalam pengujian ini telah valid pada masing-masing variabel penelitian dapat dibuktikan reliabilitasnya. Karena kuesioner telah valid dan reliabel maka kuesioner penelitian merupakan alat yang handal untuk mengukur masing-masing variabel penelitian. Analisis deskriptif terhadap variabel penelitian menghasilkan temuan yang relatif sama untuk semua variabel penelitian dimana persepsi responden terhadap pengaruh Citarasa dan Keragaman Menu terhadap Kepuasan cenderung baik. Hal ini terlihat dari uraian sebagai berikut : Analisis dengan regresi telah memenuhi uji asumsi klasik. Model persamaan regresi linier ganda pada penelitian ini dapat diterima secara ekonometrika karena memenuhi penaksiran BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) artinya penaksiran tidak bias, linier dan konsisten. Model penelitian memiliki kelayakan yang baik (goodness of fit test) karena dalam model penelitian (Nilai R² = 0.248 dan Sig. F =

0,001); variabel Citarasa dan Keragaman Menu secara bersama-sama mampu menjelaskan 24.8% variasi Kepuasan.

Pengaruh Citarasa terhadap Kepuasan.

Citarasa memiliki pengaruh yang signifikan positif atau berkorelasi positif terhadap Kepuasan konsumen. Artinya semakin meningkat citarasa yang dirasakan oleh responden maka akan berpengaruh terhadap semakin meningkatnya Kepuasan konsumen. Pengaruh yang tidak signifikan ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Citarasa sebesar b₁ = 0.202, dengan nilai sig 0.087 pada model persamaan regresi linier ganda $\hat{Y} = 23.994 + 0.202X_1 + 0.248X_2$. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Muhammad Miftahul Munir (2014), tentang Analisis Pengaruh Citarasa Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet Cabang Kartosuro (Solo) Di Pekanbaru menghasilkan kesimpulan 49,3 % dari variasi tingkat kepuasan pelanggan rumah makan bebek goreng H. Slamet bisa dijelaskan oleh citarasa dan pelayanan. Dalam penelitian ini juga di ketahui cita rasa dan pelayanan secara simultan dan parsial berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Keragaman Menu terhadap Kepuasan

Keragaman Menu memiliki pengaruh positif yang signifikan atau berkorelasi positif terhadap Kepuasan. Artinya semakin meningkat keragaman menu yang dinikmati oleh responden maka akan berpengaruh terhadap semakin tingginya kepuasan konsumen. Pengaruh keragaman menu terhadap kepuasan ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi keragaman menu sebesar b₂ = 0.248 dan nilai Sig 0.010 pada model persamaan regresi linier ganda yaitu $\hat{Y} = 23.994 + 0.202X_1 + 0.248X_2$. Hasil penelitian ini didukung Uswatun Hasanah (2015), yang menulis tentang Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan

Sebagai Variabel Intervening Pada Waroeng "SS" (Spesial Sambel) Surabaya, menyampaikan bahwa hasil penelitian pada uji analisis jalur menunjukkan bahwa ada pengaruh positif keragaman menu, harga, Kualitas pelayanan terhadap kepuasan. keragaman menu, harga terhadap loyalitas pelanggan dan ada pengaruh negatif kualitas pelayanan terhadap loyalitas serta pengaruh positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas. maka dari itu kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam penelitian ini. Selanjutnya setelah diketahui bahwa keragaman menu berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hendaknya warung nasi uduk Mpok Tiyah lebih meningkatkan dan memperbaiki keragaman menu.

KESIMPULAN

Model persamaan regresi linier ganda $\hat{Y} = 23.994 + 0.202X_1 + 0.248X_2$, hasil penelitian layak dan mampu menjelaskan 24.8% variasi kepuasan konsumen karena faktor citarasa dan keragaman Menu.

1. Citarasa berpengaruh terhadap kepuasan dengan arah positif ($b_1 = 0.202$), artinya semakin meningkat citarasa yang dirasakan konsumen akan membuat kepuasan konsumen semakin meningkat.
2. Keragaman Menu berpengaruh terhadap Kepuasan dengan arah positif ($b_2 = 0.248$) artinya semakin meningkat keragaman menu yang disajikan untuk konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen.

SARAN

1. Dari hasil penelitian bahwa citarasa berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, maka hendaknya warung nasi uduk betawi Mpok Tiyah lebih meningkatkan dan memperbaiki citarasa dari seluruh jenis makanan yang dijual.
2. Keragaman menu yang memiliki pengaruh positif dan signifikan harus dipertahankan dan untuk

menggugah selera makan konsumen perlu ditambah jenis lauk makanan yang juga khas betawi seperti gabus pucung, ikan asin jambal dengan lokio dan lainnya.

3. Perlu diadakan penelitian lebih lanjut dengan memperluas variabel lainnya misalnya seperti, lokasi, biaya, porsi, kecepatan pelayanan, kesopanan, keramahan, kecepatan merespon keluhan, keadilan pelayanan, konsistensi waktu, parkir dan lain-lain terhadap kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Fachruzi. 2012. Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Hajat Abadi Di Makasar. Skripsi.
- Drummond KE & Brefere LM. 2010. Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's, Seventh Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Page 3-4
- Engel, James F, 1995. Perilaku Konsumen, Jilid 2. Jakarta. Binarupa Aksara. Halaman 258
- Giese & Cote. 2000. Academy of Marketing Science Review. Defining Consumer Satisfaction Volume 2000 No. 1 Available: <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>
- Kotler, Philip. 2002, Marketing Management. 11th Edition, Pearson Education Internatoral. Halaman 347
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyanto, Heru dan Anna Wulandari. 2010. Penelitian Metode dan Analisis. CV. Agung, Semarang.
- Muhammad Miftahul Munir. 2014. Analisis Pengaruh Citarasa Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Bebek Goreng H. Slamet Cabang Kartosuro (Solo) Di Pekanbaru. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

- Pamangsah. 2008. Hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas Produk dengan Minat Membeli. skripsi. Yogyakarta: Fakultas Manajemen Universitas Gadjah Mada.
- Peter, Salim. 1991. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Penerbit : Balai Pustaka, Jakarta.
- Siswanto, Sutojo. 2009. Manajemen Pemasaran, edisi kedua, Penerbit: Damar Mulia Pustaka, Jakarta
- Solomon, Michael R. (2011). Consumer Behavior: buying having, and being 9th Ed. New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D, Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Geogorius Chandra. 2011. Service, Quality & Satisfaction Edisi 3, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Uswatun Hasanah. 2015. Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Waroeng "SS" (Spesial Sambel) Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol 3, No 2.
- Vincent, Garpersz. 2012, Manajemen Bisnis Total Dalam Era Globalisasi. PT. Gramedia, Jakarta.
- Wahidah, N. 2010. Komponen-komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan. <http://www.idazweek.co.cc/2010/02/komponen-komponen-yang-memengaruhi-cita.html>.
- Widya Agustin Ningtias. 2016. Identifikasi Atribut Kepuasan Dan Pelayanan Pada Rumah Makan Nasi Uduk Di Kota Bandar Lampung, Universitas Lampung. Bandar Lampung