

## PENGARUH TAMPILAN DAN CITA RASA PRODUK PADA MENU BEST SELLER TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CAFE LUAR GARIS TIBAN KOTA BATAM

Nadila Aurora Julia Putri  
Mahasiswa Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam

Natal Olotua Sipayung  
Manajemen Tata Hidangan Politeknik Pariwisata Batam  
[natal@btp.ac.id](mailto:natal@btp.ac.id)

Dailami  
Manajemen Tata Hidangan Politeknik Pariwisata Batam  
[dailami@btp.ac.id](mailto:dailami@btp.ac.id)

### ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh tampilan dan cita rasa produk dari menu best seller terhadap kepuasan pelanggan di Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam, dalam hal ini menu best seller yang digunakan adalah Nasi Goreng khas Luar Garis. Metode penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif dan metode analisis deskriptif. Dengan menggunakan analisis linear berganda yakni uji pengaruh parsial dan uji pengaruh serempak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan tampilan dan cita rasa produk 0.00 yang lebih kecil dari pada 0.05 pada uji pengaruh parsial dan pada uji pengaruh serempak tampilan dan cita rasa produk menampilkan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 85.158 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  3.09 sehingga tampilan dan cita rasa produk berpengaruh secara simultan. Juga adanya uji koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa 63% variabel tampilan dan cita rasa produk secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah tampilan dan cita rasa produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : **Best seller, Cita Rasa Produk, Kepuasan Pelanggan, Menu, Tampilan Produk.**

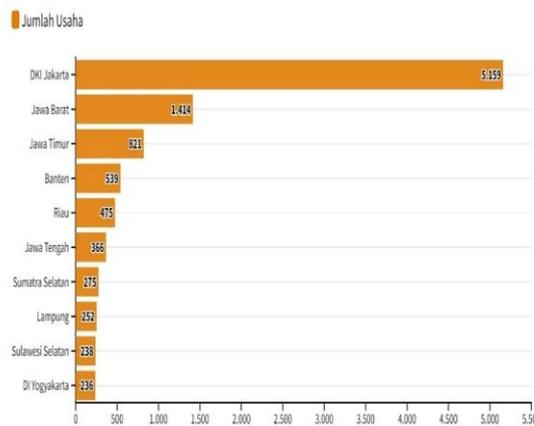
### ABSTRACT

*The aim of the research is to determine the effect of the appearance and taste of products from the best seller menu on customer satisfaction at the Luar Garis Cafe Tiban, Batam City, in this case the best seller menu used is the typical Luar Garis Fried Rice. The research method used was a quantitative approach and descriptive analysis method. By using multiple linear analysis, namely partial influence test and simultaneous influence test. The results of the research show that the significant value for the appearance and taste of the product is 0.00 which is smaller than 0.05 in the partial influence test and in the simultaneous influence test the appearance and taste of the product shows a  $F_{count}$  value of 85.158 which is greater than  $F$  table 3.09 so that the appearance and taste of the product have an influence simultaneously. There is also a coefficient of determination test which shows that 63% of the product appearance and taste variables simultaneously influence the customer satisfaction variable. The conclusion of this research is that the appearance and taste of the product have a significant influence on customer satisfaction.*

*Keywords: **Best seller, customer satisfaction, Menu, product appearance, product taste.***

**PENDAHULUAN**

Mengutip dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, terdapat sebanyak 11.223 usaha kuliner (makan dan minum) yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020. Sebanyak 8.042 usaha (71,65 persen) di antaranya berupa restoran, Cafe atau rumah makan, 269 usaha (2,40 persen) berupa katering, dan sisanya 2.912 usaha (25,29 persen) masuk dalam kategori lainnya (Diva, 2022).



Di Kota Batam sendiri, terdapat banyak tempat-tempat makan menyediakan kuliner dengan tampilan menarik dan rasa enak yang tak dapat dilewatkan begitu saja. Dari data statistik jumlah tempat makan menurut per-kecamatan tahun 2022 yang di keluarkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata di Kota Batam, terlihat jumlah tempat makan meningkat di daerah yang sering di kunjungi oleh wisatawan, salah satunya Kota Batam (Satudata.go.id, 2022).

Dengan banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Batam, membuat banyaknya usaha kuliner yang berkembang dan memperhatikan kualitasnya dengan menjaga cita rasa dan mempertahankan tampilan dari makanan yang mereka jual. Begitu pula dengan kafe yang menjadi tempat anak-anak muda zaman sekarang saling bertemu dan bercengkerama.

Salah satu tempat makan kekinian yang ada di Kota Batam di daerah Tiban yang juga memperhatikan hal-hal tersebut adalah Cafe Luar Garis Tiban yang menjadi cabang kedua dari franchise Luar Garis yang sebelumnya telah membuka kafe di daerah Baloi Permai Kota Batam. Di tempat ini mereka menyediakan berbagai menu makan dan minuman yang dijamin tampilan yang instagramable



dan kualitas rasa yang menarik selera dengan menggunakan bahan-bahan yang terbaik. Kafe

tersebut juga tidak hanya menarik perhatian para pemuda-pemudi saja ada berbagai kalangan yang turut datang dan berkunjung, bahkan menjadi pelanggan setia kafe ini, antara lain orang dewasa, anak-anak,

Kecamatan	Tahun 2022
Belakang Padang	7
Bulang	4
Galang	9
Sungai Beduk	37
Sagulung	30
Nongsa	30
Batam Kota	353
Sekupang	60
Batu Aji	54
Lubuk Baja	339
Batu Ampar	76
Bengkong	42

**Gambar 1. 1** Data tempat makan di Kepulauan Riau tahun 2022

bahkan mereka yang bersama keluarga untuk berkumpul dan bercengkerama sambil menikmati suasana dan menu-menu bervariasi yang disediakan. Produk yang ditawarkan oleh kafe Luar garis Tiban bervariasi, mulai dari makanan ringan seperti french fries, teh seperti lechy tea ice, kopi seperti salah satu signature kafe ini yaitu es kopi susu Luar Garis, dan makanan utama seperti mie goreng, pasta, atau nasi goreng kampung. Produk-produk tersebut merupakan menu yang disediakan memiliki tampilan yang dapat menarik nafsu makan dengan memperhatikan warna makanan atau minuman yang terlihat menarik, plating atau posisi peletakan makanan yang indah, porsi makanan yang terlihat banyak dan seimbang, serta di letakkan dalam wadah yang menarik. Indra perasa dan penciuman konsumen juga dapat dimanjakan oleh rasa, aroma, serta rangsangan dari produk yang di sajikan.

Dari produk yang memiliki keunikan dan pembeda dari tampilan dan rasa, para konsumen dapat menentukan produk mana yang menjadi favorit dan selalu dimintai, produk tersebut biasa dinamakan menu terlaris atau menu best seller. Menu best seller merupakan gabungan dari kata ‘menu’ dan ‘best seller’. Kata menu berasal dari kata berbahasa Prancis yaitu “Le Menu” yang berarti daftar makanan yang

Bulan	Jumlah Pengunjung
Juli	2.100
Agustus	2.250
September	2.200
<b>Total</b>	<b>6.550</b>

disajikan kepada tamu di ruang makan hari itu. Menu menjadi pedoman penting bagi setiap penikmat makanan karena akan tergambar tentang apa dan bagaimana makanan tersebut akan dibuat (Angraini, 2018). Sedangkan kata best seller atau terlaris dalam (KBBI, 2023) adalah imbuhan kata laris yang berarti banyak terjual, cepat laku atau banyak dipilih oleh

Data di atas menunjukkan bahwa menu Nasi Goreng Kampung memiliki 1.200 produk yang terjual pada bulan September 2023 lalu, yang menjadikan menu tersebut menjadi menu terlaris atau menu best seller

Berdasarkan data penelitian di atas, Penulis memutuskan mengambil judul penelitian “Pengaruh Tampilan dan Cita Rasa Produk pada Menu Best Seller terhadap Kepuasan Pelanggan di Cafe Luar Garis Tiban Kota Batam” dibuat untuk memastikan pengaruh tampilan dan cita rasa produk dari menu best seller berupa Nasi Goreng Kampung yang dijual terhadap kepuasan pelanggan Cafe tersebut.

## METODE

Penelitian yang dilakukan oleh Penulis adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan deskriptif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan banyak angka, mulai dari proses pengumpulan data hingga penafsirannya. Sehingga tidak salah menyebut jika penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bersifat sistematis, terencana, dan terstruktur menurut (Sugiyono, 2019). Sedangkan pendekatan deskriptif penelitian yang dilakukan dengan cara mendeskripsikan, meneliti, dan menjelaskan sesuatu yang dipelajari apa adanya, dan menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dengan menggunakan angka-angka.

### Populasi dan Sampel

#### 3.2.1 Populasi Penelitian

Secara sederhana populasi adalah keseluruhan objek yang sedang diteliti. Menurut (Rahayu, 2022) populasi adalah keseluruhan dari subyek penelitian. Karakteristik dari populasi adalah parameter atau ukuran dari seluruh populasi dalam penelitian yang harus diperkirakan dari yang terdapat di dalam contoh. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen kafe Luar Garis Tiban. Tabel 3. 1 Data pengunjung tahun 2023

Sumber : Data diolah (2023)

Dari jumlah pengunjung per bulan dari kafe Luar Garis di atas, maka total dari populasi jumlah pengunjung adalah sebanyak 6.550 orang.

#### Sampel Penelitian

Menurut (Rahayu, 2022) sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik statistik. banyak penelitian yang menggunakan data sampel dibandingkan dengan populasi, karena keterbatasan dalam waktu, tenaga, biaya dan lain sebagainya.

Penentuan sampel haruslah mengikuti aturan teknik sampling.

Sampling menurut (Basmatulhana, 2022) adalah proses di mana porsi dari suatu populasi diseleksi agar dapat mewakili populasi tersebut. Tujuannya adalah untuk mendapatkan objek sampling (sampel) yang benar-benar sesuai sebagai subjek penelitian. Teknik sampling terbagi menjadi dua kategori, yaitu probability sampling dan non-probability sampling. Dalam penelitian ini Penulis mengambil teknik Non-probability sampling, yang merupakan teknik sampling yang menggunakan sampel pilihan berdasarkan subjektivitas peneliti dan tidak acak, di mana dengan teknik ini sampling dapat ditentukan oleh keahlian peneliti. Untuk metode sampel dalam penelitian ini Penulis mengambil metode Sampling Purposive. Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang menjadi acuan yang bagi Peneliti dalam mengambil sampel (Sugiyono, 2019). Sampel/responden yang dipilih secara Sampling Purposive dengan berdasarkan karakteristik yang di tentukan oleh Penulis dalam penelitian ini adalah konsumen kafe Luar Garis Tiban yang sudah pernah menikmati menu best seller mereka yaitu Nasi Goreng Kampung Luar Garis Cafe.

Berikut adalah rumus dalam menentukan perhitungan sampel dengan menggunakan teknik dari Solvin :

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = perkiraan tingkat kesalahan, umumnya digunakan 1%, 5%, dan 10%

Dalam pengambilan sampel, Penulis menggunakan tingkat kesalahan 10% dari sampel yang ada. Oleh karena itu jumlah pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = 6550 / (1 + 6550 \cdot [(0,1)]^2)$$

$$n = 6550 / (1 + 6550 \cdot (0,01))$$

$$n = 6550 / (66,5)$$

$$n = 98,49$$

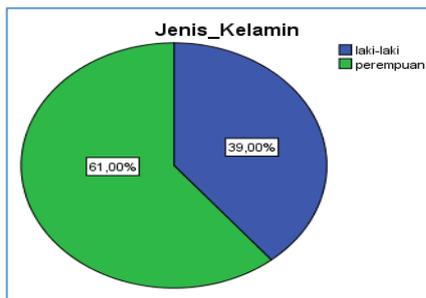
$$n = 98$$

Dengan menggunakan rumus Solvin ini maka didapat responden atau pun sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 orang dari total populasi konsumen yang mengunjungi kafe Luar Garis Tiban Kota Batam. Hal ini memungkinkan Peneliti untuk menentukan penilaian dari konsumen tentang bagaimana pengaruh tampilan dan cita rasa produk pada menu best seller terhadap kepuasan pelanggan. Serta hal ini dilakukan untuk pengolahan data yang lebih mudah dan hasil pengujian yang lebih baik.

## PEMBAHASAN

Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam awal mulanya adalah sebuah coffeeshop yang juga merupakan barber yang bernama Outline, berdiri

tahun 2018 di Buliang, kecamatan Batu Aji, Kota Batam dan menjadi pionir terciptanya Franchise ini. Lalu pada tahun 2020, mas Ridho Kurnia, mas Afif dan mas Fikri selaku founder, melakukan pengembangan dengan membuat suatu perusahaan komersil yaitu PT. yang bernama Luar Garis. Karena adanya ketentuan dalam undang-undang Indonesia yang mengharuskan suatu PT. yang terbentuk harus menggunakan nama yang spesifik berbahasa Indonesia, karena bukan perusahaan komersial dari luar atau internasional. Sehingga diluncurkanlah sebuah coffee shop di Ruko Kopkarlak Lakota No.01 KDA, sebagai kafe yang menyandang nama Luar Garis Coffee yang pertama. Walau sejatinya yang Outline Barbershop & Coffee -lah yang menjadi kafe pertamanya. Setelah menjalani satu tahun di coffee shop Batu aji, pada tahun 2021 Luar Garis Cafe di daerah Tiban dibangun.

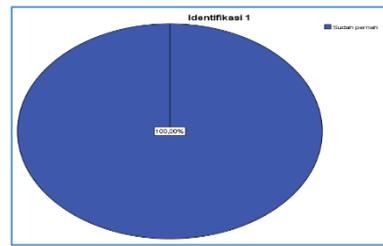


Visi dari Luar garis Cafe adalah membawa kebaikan untuk membuat pola hidup yang lebih baik dalam kesehariannya masyarakat dengan menciptakan dan menyediakan makanan dan minuman dengan integrasi yang tinggi. Sedangkan misinya sendiri memiliki tiga poin, yaitu, Misi yang pertama, membuat kualitas dan pelayanan terbaik untuk pelanggan baik dalam menyediakan produk kepada pelanggan. Yang kedua, memberikan peluang untuk terus tumbuh dan unggul bagi karyawan dan hasil usahanya sendiri. Misi yang ketiga, berusaha menghadirkan cara terbaik untuk memenuhi kepentingan bagi pelanggan.

#### 4.2 Identifikasi Responden

Responden di dalam penelitian ini dibutuhkan sebanyak 100 konsumen di Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam. Data diperoleh dari menghitung populasi menggunakan rumus Solvin dengan tingkat kesalahan sebanyak 10%. Karakteristik responden dapat dilihat dari kunjungan, pengalaman memakan menu nasi goreng Khas Luar Garis, jenis kelamin, usia dan pekerjaan.

#### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan



Sumber : Data diolah (2023)

Dari hasil pengolahan data karakteristik responden pada gambar 4.1 berdasarkan kunjungan ke Luar Garis Cafe Tiban, diperoleh informasi bahwa seluruh responden yang mengisi kuesioner atau 100 % responden berjumlah 100 orang pernah mengunjungi Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman memakan Menu Best Seller

Sumber : Data diolah (2023)

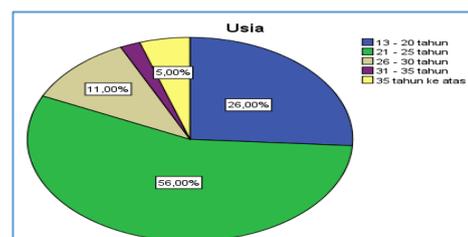
Dari hasil pengolahan data pengisian kuesioner yang telah disebar pada gambar 4.2, diketahui para responden berjumlah 100 orang telah pernah memakan menu best seller dari Luar Garis Cafe Tiban, yaitu nasi goreng khas kafe tersebut.

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Data diolah (2023)

Dari hasil pengolahan data karakteristik responden pada gambar 4.3 berdasarkan jenis kelamin, diperoleh informasi bahwa dari seluruh responden terdapat 61 orang atau 61% responden dengan jenis kelamin perempuan dan sebanyak 39 orang atau 39% responden dengan jenis kelamin laki-laki. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan lebih tinggi 22% dibandingkan jumlah responden laki-laki.

#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



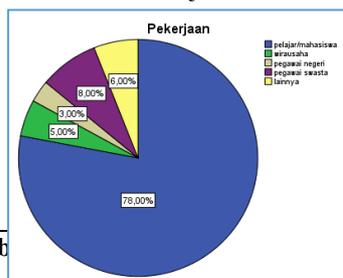
Sumber : Data diolah (2023)

Dari gambar 4.4 di atas dapat dilihat bahwa pengunjung dari Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam berdasarkan usia memiliki hasil terbanyak untuk usia

Variabel	No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	keterangan
Tampilan produk (X <sub>1</sub> )	Warna makanan	0.759	0.195	Valid
	Plating	0.799	0.195	Valid
	Porsi makanan	0.770	0.195	Valid
	Kemasan makanan	0.714	0.195	Valid

sekitar 21-25 tahun dengan jumlah 56 orang atau 56% responden, selanjutnya urutan terbanyak kedua ada pada usia 13-20 tahun di mana terdapat 26 orang atau 26% responden, untuk usia 26-30 tahun ada sebanyak 11 orang atau 11% responden, terdapat 5 responden atau 5% responden pada usia 35 tahun ke atas dan 2 orang atau 2% responden pada usia sekitar 31-35 tahun.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Variabel	No Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	keterangan
Cita Rasa produk (X <sub>2</sub> )	Aroma	0.756	0.195	Valid
	Rasa	0.729	0.195	Valid
	Rangsangan mulut	0.829	0.195	Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Hasil dari gambar 4.4 di atas terlihat bahwa pengunjung Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam diperoleh data untuk Pelajar/Mahasiswa sebanyak 78 orang atau 78% responden yang membuat data ini menjadi data yang terbanyak dibandingkan data pekerjaan yang lainnya, untuk data Pegawai Swasta terdapat 8 orang atau 8% responden, terdapat 6 orang atau 6% responden untuk pekerjaan di luar kategori yaitu Freelancer, data untuk Wirausaha ada 5 orang atau 5% responden, data Pegawai Negeri sebanyak 3 orang atau 3% .

#### 4.3 Deskripsi Uji Instrumen

##### 4.3.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat keefektifan kuesioner yang digunakan dalam penelitian, valid berarti instrumen dapat mengukur apa

yang seharusnya diukur. Uji validitas bisa diukur dengan menggunakan nilai r (Sugiyono, 2019). Untuk dapat mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner maka diagunkanlah suatu alat bantu di komputer yaitu SPSS version 19.0 for windows. Di dalam penelitian ini nilai r<sub>tabel</sub> dengan nilai signifikan 5% dengan nilai n = 100 sehingga r<sub>tabel</sub> = 0,195.

##### 4.3.1.1 Variabel X<sub>1</sub>

Uji validitas ini dilakukan kepada 100 responden pelanggan yang pernah mengunjungi Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam dengan jumlah pertanyaan variabel X<sub>1</sub> sebanyak 4 pertanyaan. Berikut hasil uji validitas dalam penelitian ini:

Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel X<sub>1</sub>

Sumber : data diolah SPSS 19 (2023)

Berdasarkan dari Tabel 4.1 di atas, yang menunjukkan hasil dari uji validitas variabel X<sub>1</sub> (tampilan produk) berdasarkan dari total korelasi atau r<sub>hitung</sub> item yang disesuaikan terdapat nilai yang lebih besar dari pada r<sub>tabel</sub> yaitu 0.199. oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa elemen pertanyaan dan semua variabel telah valid. Untuk penelitian ini, SPSS version 19.0 for windows digunakan untuk memperoleh data.

##### 4.3.1.2 Variabel X<sub>2</sub>

Uji Validitas ini dilakukan kepada 100 responden dengan 3 pertanyaan yang pernah mengunjungi Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam. Berikut hasil dari uji validitas dalam penelitian ini :

Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel X<sub>2</sub>

Sumber : Data diolah SPSS 19 (2023)

Berdasarkan dari tabel 4.2 di atas, yang menunjukkan hasil dari uji validitas variabel X<sub>2</sub> (cita rasa produk) berdasarkan total korelasi atau r<sub>hitung</sub> item yang disesuaikan terdapat nilai yang lebih besar dari pada r<sub>tabel</sub> yaitu 0.195. oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa elemen pertanyaan dan semua variabel telah valid. Untuk penelitian ini, SPSS version 19.0 for Windows digunakan untuk memperoleh data.

##### 4.3.1.3 Variabel Y

Uji validitas ini dilakukan kepada 100 responden pelanggan Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam dengan 3 pertanyaan. Berikut hasil dari uji validitas :

Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Y

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Persen	Kategori
1	Warna makanan dari menu <i>best seller</i> di Luar Garis Cafe menarik perhatian.	23	66	11	-	-	66%	Setuju
2	<i>Plating</i> atau penempatan posisi pada makanan terlihat menarik di mata.	39	49	12	-	-	49%	Setuju
3	Porsi makanan pada menu <i>best seller</i> dirasa cukup dan sesuai untuk harga yang ditawarkan.	29	58	12	1	-	58%	Setuju
4	Pada saat memesan makanan, makanan dikemas dalam keadaan yang bagus, <i>higiene</i> , dan aman dari kerusakan.	36	48	12	3	1	48%	setuju
<b>Total rata-rata</b>							55,2%	Setuju

Sumber : Data diolah SPSS 19 (2023)

Dari hasil data tabel 4.3 di atas, yang menunjukkan bahwa variabel Y (kepuasan pelanggan) berdasarkan total korelasi atau r hitung item yang disesuaikan terdapat nilai yang lebih besar daripada r tabel yaitu 0.195. oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa elemen pernyataan dan semua variabel telah valid. Untuk penelitian ini menggunakan SPSS version 19.0 for Windows untuk memperoleh data.

#### 4.3.2 Hasil Uji Reabilitas

Uji reabilitas di penelitian ini menggunakan bantuan program komputer SPSS version 19.0 for

windows. Berikut merupakan kriteria dari pengujian

Variabel	No item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	<i>Fulfillment</i>	0.731	0.195	Valid
	<i>Pleasure</i>	0.786	0.195	Valid
	<i>Ambivalence</i>	0.767	0.195	valid

reabilitas :

a. Jika nilai koefisien reabilitas ( $\alpha$ ) > 0,6 maka instrumen yang telah diuji mempunyai reabilitas yang baik atau terpercaya.

b. Jika nilai koefisien reabilitas ( $\alpha$ ) < 0,6 maka instrumen yang telah diuji memiliki reabilitas yang tidak baik.

Tabel 4. 4 Uji Reabilitas Semua Variabel

Variabel	<i>Crobach's Alpha</i>	Standar	kesimpulan
Tampilan Produk (X <sub>1</sub> )	0.821	0.6	Reliabel
Cita Rasa Produk (x <sub>2</sub> )	0.835	0.6	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.801	0.6	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS 19 (2023)

Berdasarkan hasil dari tabel 4.4 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner penelitian yang digunakan memiliki reliabel yang menghasilkan pengukuran variabel yang konsisten.

#### 4.4 Statistik Deskriptif

##### 4.4.1 Tampilan Produk

Variabel X1 ini memiliki empat indikator yaitu warna makanan, plating, porsi makanan dan kemasan makanan. Untuk setiap indikator Penulis membuat pernyataan untuk ditanggapi oleh responden. Berikut adalah data yang didapat dari hasil kuesioner yang ditanggapi oleh 100 responden mengenai tampilan produk :

Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Tampilan Produk

Sumber : data diolah (2023)

Data dari responden di atas untuk indikator tampilan produk menunjukkan persentase untuk pernyataan pertama mendapatkan nilai 66% untuk kategori setuju. Sedangkan pada pernyataan kedua mendapatkan hasil sebesar 49% untuk kategori setuju. Pada pernyataan ketiga mendapatkan hasil dengan nilai 58% untuk kategori setuju. Dan untuk pernyataan keempat dalam variabel ini nilai yang didapatkan adalah 48% dengan kategori setuju. Dengan hasil yang telah dikumpulkan dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki pengaruh rata-rata sebanyak 55,2% atau setengah dari keseluruhan tanggapan dari 100 responden.

#### 4.4.2 Cita Rasa Produk

Pada variabel X2 ini memiliki tiga indikator yaitu aroma, rasa, dan rangsangan mulut. Penulis membuat setiap indikator menjadi pernyataan yang dapat ditanggapi oleh 100 responden. Berikut hasil tanggapan dari responden pada kuesioner yang telah disebar :

Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel Cita Rasa Produk

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, dapat dijelaskan hasil dari kuesioner untuk variabel cita rasa produk. Untuk pernyataan pertama mendapatkan nilai persentase sebanyak 52% untuk kategori setuju. Untuk pernyataan kedua nilai persentase didapatkan sebanyak 57% dengan kategori setuju. Pada pernyataan ketiga mendapat sebanyak 55% untuk kategori setuju. Dengan demikian, variabel X1 memiliki pengaruh rata-rata sebesar 54,6% atau lebih dari setengah responden setuju jika cita rasa produk mempengaruhi kepuasan pelanggan.

#### 4.4.3 Kepuasan Pelanggan

Variabel Y atau kepuasan pelanggan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tiga indikator di dalamnya, yaitu Fulfillment, pleasure dan ambivalence. Penulis membuat setiap indikator menjadi pernyataan yang bisa ditanggapi oleh 100 responden. Berikut adalah data yang didapat dari kuesioner yang telah disebar :

Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	N	T	S	Pers	Kate
		S			S	T	en	gori

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,98984745
Most Extreme Differences	Absolute	,121
	Positive	,121
	Negative	-,097
Kolmogorov-Smirnov Z		1,211
Asymp. Sig. (2-tailed)		,106

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

No	Pernyataan	SS	S	N	T	ST	Perse	Kateg
					S	S	n	ori
1	Aroma yang muncul dari menu <i>best seller</i> yang disajikan dapat mengubah selera saya.	42	52	6	-	-	52%	Setuju
2	Rasa makanan dari menu <i>best seller</i> memuaskan dan sesuai ekspektasi saya.	33	57	10	-	-	57%	Setuju
3	Menu <i>best seller</i> terasa nikmat pada mulut saya saat dimakan.	34	55	10	1	-	55%	Setuju
<b>Total rata-rata</b>							54,6%	Setuju
1	Menu <i>best seller</i> yang disajikan memenuhi ekspektasi saya.	29	65	6	-	-	65%	Setuju
2	Saya merasa senang karena menu <i>best seller</i> yang disajikan.	35	56	9	-	-	56%	Setuju

3	Saya mengalami pengalaman unik/menyenangkan dari memesan menu <i>best seller</i> khas Luar Garis Cafe Tiban.	3 2	5 3	1 5	-	-	53%	Setuju
<b>Total rata-rata</b>							58%	Setuju

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan data dari tabel 4.7 di atas, dapat dilihat nilai rata-rata dari variabel kepuasan pelanggan yaitu 58% untuk kategori setuju. Dengan pernyataan pertama mendapatkan nilai 65% untuk kategori setuju. Pada pernyataan kedua didapatkan nilai persentase sebanyak 56% pada kategori setuju. Dan pada pernyataan ketiga di kategori setuju nilai persentase yang didapat adalah 53%. Dapat disimpulkan bahwa indikator dari kepuasan pelanggan memiliki kategori setuju yang relevan dengan responden di Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam.

#### 4.5 Teknik Analisis Data

##### 4.5.1 Uji Asumsi Klasik

Menurut (Sugiyono, 2019) uji asumsi klasik adalah uji prasyarat yang dilakukan sebelum analisis lebih lanjut terhadap data yang terkumpul. Pengujian asumsi klasik ditujukan agar dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Berikut uji yang termasuk uji asumsi klasik :

##### 4.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Sugiyono, 2019). Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Terdapat 2 cara untuk mendekati apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafis dan uji statistik. Berikut hasil dari pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS version 19.0 for Windows :

sumber : Data diolah SPSS 19 (2023)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, hasil dari uji kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data residual yang diperoleh berdistribusi normal karena nilai signifikannya lebih besar dari 0.05 dengan nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,106. oleh karena

itu, data residual berdistribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

##### 4.5.1.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara satu atau semua variabel bebas atau independen (Sugiyono, 2019). Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah mempunyai nilai tolerance lebih dari 0,1. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF di bawah 10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut adalah hasil yang didapat dari uji multikolinieritas menggunakan SPSS version 19.0 for

			total_X1	total_X2	Standardized Residual
Spearman's rho	total_X1	Correlation Coefficient	1,000	,686**	,067
		Sig. (2-tailed)		,000	,506
		N	100	100	100
	total_X2	Correlation Coefficient	,686**	1,000	,099
		Sig. (2-tailed)	,000		,327
		N	100	100	100
	Standardized Residual	Correlation Coefficient	,067	,099	1,000
		Sig. (2-tailed)	,506	,327	
		N	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Windows, yaitu :

sumber : Data diolah SPSS 19 (2023)

Berdasarkan dari hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.9 di atas, diperoleh nilai tolerance variabel X1 yaitu tampilan produk sebesar 0.469 lebih besar dari 0.10, dan variabel X2 yaitu cita rasa produk dengan hasil sebesar 0.469 yang mana nilai tersebut lebih besar dibandingkan 0.10. untuk nilai VIF pada tabel di atas menunjukkan bahwa pada seluruh variabel independen memiliki perolehan nilai 2.134 yang lebih besar daripada nilai 10. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada data ini.

##### 4.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	total_X1	,469	2,134
	total_X2	,469	2,134

a. Dependent Variable: total\_Y

Menurut uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Sugiyono, 2019). Berikut hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan alat bantu SPSS version 19.0 for Windows :

Sumber : Data diolah SPSS 19 (2023)

Berdasarkan dari hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.10 di atas yang menggunakan metode uji Gletser pada SPSS, terlihat bahwa tidak adanya terjadi heteroskedastisitas, karena data memiliki signifikansi sebesar 0.506 untuk variabel Tampilan produk, dan signifikansi sebesar 0.327 untuk variabel cita rasa produk. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen pada penelitian ini memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan karena nilai probabilitas secara signifikan lebih besar dari pada nilai 0.05 jadi dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas antara variabel.

#### 4.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam (Sugiyono, 2019) analisis regresi berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen (terikat) dan dua atau lebih variabel independen (bebas). Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel-variabel bebas yaitu tampilan produk dan cita rasa produk terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan.

##### 4.5.2.1 Uji Pengaruh Parsial (Uji-t)

Dalam (Sugiyono, 2019) uji-t atau uji pengaruh parsial adalah uji yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen (terikat). Pengujian ini dilakukan untuk menguji hipotesis thitung pada tingkat kepercayaan ttabel 95% atau  $\alpha = 0.05$  untuk mengetahui apakah variabel independen (tampilan dan cita rasa produk) berpengaruh signifikan terhadap nilai variabel dependen (kepuasan pelanggan). Kriteria pengujian uji t adalah:

a.  $H_1$  ditolak apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $< \alpha = 0.05$  dan  $H_0$  diterima, artinya variabel independen (tampilan dan cita rasa produk) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

b. Sebaliknya  $H_1$  diterima apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau nilai signifikan  $> \alpha = 0.05$  dan  $H_0$  ditolak, artinya variabel independen (tampilan dan cita rasa produk) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan).

Berikut hasil uji t menggunakan SPSS version 19.0 for Windows:

Sumber : Data diolah SPSS 19 (2023)

Berdasarkan nilai signifikan menghasilkan  $X_1$   $0,00 < 0,05$  dan  $X_2$  dengan nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tampilan dan cita rasa produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

##### 4.5.2.2 Uji Pengaruh Serempak (Uji F)

Uji pengaruh serempak atau dinamakan Uji F adalah pengujian untuk mengetahui tingkat kelayakan model terhadap variabel yang telah ditentukan (Sugiyono, 2019). Cara kerjanya adalah menguji pengaruh yang di timbulkan dari gabungan variabel X yang digunakan dalam penelitian, apakah semua variabel X berpengaruh besar terhadap Y secara bersama atau tidak. Kriteria pengujian uji f :

a. Jika nilai  $F_{hitung} >$  nilai  $F_{tabel}$  pada tabel atau nilai signifikansi  $< 0.05$ , berarti memberikan pengaruh terhadap variabel dependen dalam waktu yang bersamaan.

b. Jika nilai  $F_{hitung} <$  nilai  $F_{tabel}$  pada tabel atau nilai signifikansi  $> 0.05$ , berarti tidak memberikan pengaruh terhadap variabel dependen dalam waktu yang bersamaan.

Berikut hasil uji F dengan bantuan SPSS version 19.0 for Windows :

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan uji pengaruh serempak atau uji F melalui SPSS pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh variabel  $X_1$  (tampilan produk) dan  $X_2$  (cita rasa produk) secara simultan terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) adalah sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $85.158 > 3.09$  sebagai  $F_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen ( $X_1$  dan  $X_2$ ) memberikan pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

## SIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan uraian hasil penelitian, analisis data dan hasil penelitian tentang pengaruh tampilan dan cita rasa produk pada menu best seller terhadap kepuasan pelanggan di Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam dan didukung pada bab-bab sebelumnya dari teori-teori yang mendasari penelitian ini, maka ditarik kesimpulan ini, yaitu :

1. Tampilan produk berpengaruh signifikan kepada kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji pengaruh parsial (uji-t). Dan indikator tampilan produk yang berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan adalah warna makanan, dengan perolehan 66% pada kategori setuju yang

Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	+	
ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151,918	2	75,959	85,158	,000 <sup>a</sup>
	Residual	86,522	97	,892		,000
	Total	238,440	99			,000

a. Predictors: (Constant), total\_x2, total\_x1  
b. Dependent Variable: total\_Y

- dinilai dengan skala Likert yang dilakukan kepada 100 responden.
2. Cita rasa produk nilai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji pengaruh parsial (uji-t) menunjukkan bahwa Dan indikator cita rasa produk yang berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan adalah aroma dari makanan dengan perolehan nilai skala Likert sebesar 52% dengan katagori setuju yang dilakukan kepada 100 responden.
  3. Tampilan dan cita rasa produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dari hasil pengaruh serempak atau uji-f menunjukkan bahwa perolehan nilai signifikan 0.00 yang lebih kecil dari pada 0.05 dan nilai  $f_{hitung}$  sebesar 85.158 yang lebih besar dari pada nilai  $f_{tabel}$  sebesar 3.09.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka Penulis perlu untuk menyampaikan pemikiran dalam bentuk saran yang diharapkan dapat membantu tempat penelitian, yaitu :

1. Kepada Luar Garis Cafe Tiban Kota Batam, diharapkan untuk meningkatkan kualitas dari kemasan makanan agar lebih baik lagi. Dikarenakan hasil dari TCR yang menunjukkan bahwa hanya 48 responden yang setuju bahwa kemasan pada makanan dikemas dalam kemasan yang bagus, higiene, dan aman dari kerusakan sekaligus sebagai katagori yang terbanyak dipilih dari 100 responden, sedangkan 36 responden dengan jawaban sangat setuju, 12 responden dengan jawaban netral, 3 responden dengan jawaban tidak setuju dan 1 responden dengan jawaban sangat tidak setuju.
2. Penulis menyarankan untuk menambah banyak varian rasa untuk menu *best seller* yang sedang diteliti dalam penelitian ini, yaitu nasi goreng khas Luar Garis Cafe. Dengan menambah varian rasa seperti rasa nasi goreng dari Vietnam yang terkenal dengan rasa gurih dan manis dari potongan buah, atau nasi goreng khas Thailand yang menambahkan cabai udang mentah sebagai cita rasanya, dan sebagainya. Hal ini juga bisa menjadi daya tarik dengan membuat *season of* nasi goreng yang memiliki banyak pilihan cita rasa dan keunikan dari banyak negara.

3. Penulis juga menyarankan untuk memberikan inovasi terbaru untuk mengeluarkan menu-menu yang akan berpotensi menjadi menu *best seller* kedepannya dan membuat menu Nasi Goreng khas Luar Garis menjadi menu yang bisa memberikan pengalaman makan yang mengutamakan tampilan yang unik dan *instagramable* dan juga memiliki cita rasa tersendiri yang membuat orang selalu datang dan memesan kembali kepada para pelanggan yang datang ke Luar Garis Cafe Tiban.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvian, I. G. P. K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Masalah. *Performa*, 5(4), 295–302. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i4.1783>
- Andreas, S. (2014). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'cost Surabaya. *Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3, 643–655. [https://scholar.google.com/scholar?cluster=8515815069512198799&hl=id&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?cluster=8515815069512198799&hl=id&as_sdt=0,5)
- Anggie, W. (2019). Indikator Kepuasan Pelanggan. *Glints.Com*. <https://glints.com/id/lowongan/faktor-kepuasan-pelanggan-dan-metodenya/>
- Anggraeni, D., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan loyalitas pelanggan ( Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 37(1), 171–177. <https://www.neliti.com/publications/87178/pengaruh-kualitas-produk-terhadap-kepuasan-dan-loyalitas-pelanggan-survei-pada-p>
- Angraini, A. (2018). Pengaruh variasi menu dan kualitas pelayanan terhadap pembelian pada catering ukhuwah di Makassar [Universitas Muhammadiyah Makassar]. In *digilibadmin.unismuh.ac.id*. [https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/2348-Full\\_Text.pdf](https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/2348-Full_Text.pdf)
- Ardhini, Z. (2023). pengertian skala liker metode dan contohnya untuk penelitian. *Detik.Com*. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6607480/pengertian-skala-likert-metode-dan-contohnya-untuk-penelitian>
- Ariana, R. (2016). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional, Budaya Organisasi dan Kinerja Pegawai Pada Pengadilan Negeri Bale Bandung Kelas

- 1A. In repository.unpas.ac.id.  
[http://repository.unpas.ac.id/61294/6/BAB\\_III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/61294/6/BAB_III.pdf)
- Aziza, N. (2017). Jenis dan Pendekatan Penelitian Penelitian. Repository.Radenintan.Ac.Id, 17, 45–54. [http://repository.radenintan.ac.id/242/5/BAB\\_III.pdf](http://repository.radenintan.ac.id/242/5/BAB_III.pdf)
- Basmatulhana, H. (2022). jenis-jenis sampling. Detik.Com. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6140687/ketahui-jenis-jenis-sampling-agar-tak-salah-saat-penelitian#:~:text=Untuk mengambil sampel%2C teknik sampling,sampling dan non-probability sampling.>
- Biteship. (2023). Produk Best Seller. Biteship.Com. <https://biteship.com/blog/pengertian-produk-best-seller-dan-macamnya/#:~:text=Produk best seller artinya berbagai,hingga berbagai produk agen pariwisata.>
- Diva, A. (2022). statistik 10000 usaha kuliner ada di Indonesia. Goodstat.Id; goodstats.id. <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Fadilah Andriani, Nur Ahmadi Bi Rahmani, N. A. (2023). Pengaruh Tampilan Produk Dan Gratis Ongkir Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion Dengan Diskon Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). Jurnal Manajemen Akutansi, 3(1), 312–332. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI/article/view/3769>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. In repository.unitomo.ac.id (Cetakan Pe). UNITOMO PRESS. [http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN DAN KEPuasan PELANGGAN.pdf](http://repository.unitomo.ac.id/2773/1/PEMASARAN_DAN_KEPUASAN_PELANGGAN.pdf)
- Indrasari, N. (2017). Pengaruh Cita Rasa, Nilai Gizi Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Yes Delivery Di Plosokandang Tulungagung. Simki-Economic, 01(03), 1–14. [simki.unpkediri.ac.id](http://simki.unpkediri.ac.id)
- Janna, N. M. (2020). Variabel dan skala pengukuran statistik. Jurnal Pengukuran Statistik, 1(1), 1–8. <https://osf.io/8326r/download>
- Juru, N. A., & Gorda, E. S. (2021). Analisis Struktur Organisasi Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng. Perspektif, 10(1), 239–247. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i1.4641>
- Kasripintar.co.id. (2023). arti best seller untuk pemikat konsumen. Kasripintar.Id. <https://kasripintar.co.id/solusi/detail/arti-best-seller-untuk-pemikat-konsumen>
- KBBI. (2023). kbbi - laris. Kbbi.Web.Id. <https://kbbi.web.id/laris>
- Lestari, P. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro (online). In repository.unpas.ac.id (Vol. 53, Issue 9). <http://repository.unpas.ac.id/30183/> (diakses 1 April 2021)
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. In IQTISHADequity jurnal MANAJEMEN (Vol. 1, Issue 2). <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Mawardi, R. A. (2022). Hipotesis Pengertian, Ciri-ciri, Jenis, dan Cara Menyusunnya. Detikedu.Com. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6126552/apa-itu-hipotesis-ini-pengertian-ciri-ciri-jenis-dan-cara-menyusunnya>
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk, terhadap keputusan pembelian konsumen Bumi Anugerah. Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(4), 455–463.
- Oren, V. (2020). pengaruh kemasan dan tampilan sajian konsumen makanan terhadap minat beli konsumen pada The Historica [Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya]. In repository.ukwms.ac.id. <https://repository.ukwms.ac.id/id/eprint/24895/>
- Pahlephi, R. D. (2022). data primer pengertian fungsi contoh dan cara mendapatkannya. Detik.Com. <https://www.detik.com/bali/berita/d-6422332/data-primer-pengertian-fungsi-contoh-dan-cara-mendapatkannya>
- Rahayu, A. (2022). definisi populasi dan sampel. Binus.Ac.Id. <https://binus.ac.id/malang/2022/09/11021/>
- Rahmadahani, D. S. (2022). kajian empiris definisi jenis-jenis dan contohnya. Brilio.Net. <https://www.brilio.net/wow/kajian-empiris-adalah-ketahui-definisi-jenis-jenis-dan-contohnya-2207168.html>
- Ramadhan, A. M. (2023). Definisi Kerangka Berpikir. Ebizmark.Id. <https://www.coursehero.com/file/p5u810ek/Definisi-Kerangka-Pikir-Menurut-Uma-Sekaran-dalam-Sugiyono-2011-60-mengemukakan/>

Rio, R. (2022). Pengaruh Tampilan produk dan ekspektasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada Marketplace dalam prespektif ekonomi islam [Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung]. In repository.radenintan.ac.id.  
<http://repository.radenintan.ac.id/19211/>

Sarjana, N. (2023). definisi data sekunder dan cara memperolehnya. Detik.Com.  
<https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6843072/definisi-data-sekunder-dan-cara-memperolehnya>

Satudata.go.id. (2022). Statistik Jumlah Tempat Makan Menurut Kecamatan Tahun 2022 - Satu Data kota Batam. Satu Data Kota Batam.  
<https://satudata.batam.go.id/detail/statistik-jumlah-tempat-makan-menurut-kecamatan-tahun-2022-y3tpsc>

Setianingtyas, A., & Nurlaili, E. I. (2020). Analisis Social Media Marketing dan Tampilan Produk Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pamos Shop Mojokerto. Jurnal Manajemen Bisnis, 17(2), 207.  
<https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2365>

STEKOM, U. (2022). definisi cita rasa. P2k.Stekom.Ac.Id.  
[https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Cita\\_rasa](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Cita_rasa)

Sugiyono. (2019). gambar buku metopen kuantitatif - prof.dr.sugiono.pdf (N. 2018 Cetakan kedua (ed.)). ALFABETA.

Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2021). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. Performa, 5(3), 233–241.  
<https://doi.org/10.37715/jp.v5i3.1774>

Taroepjatjeka, A. (2011). definisi rasa enak. Wordpress.Com.  
<https://dhaverst.wordpress.com/2011/07/30/menurut-anda-enak-itu-apa/>

Zuhra, C. F. (2006). Flavor (Citarasa). Universitas Sumatera Utara, 3(1), 5.