

PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TEBKAU PADA TOKO TEBKAU MILENIAL DI PASURUAN

Tegar Dwi Prastyo¹, Nurul Akramiah², Dyajeng Puteri Woro Subagio³

Universitas Merdeka Pasuruan

E-MAIL: tegardwi178@gmail.com¹, nurul.aidan04@gmail.com²,
dyajengsubagio@gmail.com³

Abstrak

Tren rokok lintingan sebenarnya sudah ada pada zaman dahulu sebelum rokok batangan, orang Indonesia sudah menggunakan rokok lintingan. Tetapi rokok lintingan kembali bumming dikarenakan harga jual rokok batangan mengalami kenaikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Toko Tembakau Milenial. Populasi yang digunakan adalah pelanggan Toko Tembakau Milenial di Pasuruan dengan metode sampling yaitu non-probability. Menggunakan rumus arikunto, dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Analisis yang digunakan adalah Uji Instrumen, Analisis Deskripsi, Uji Asumsi klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Koefisien Determinasi Dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Cita Rasa dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tembakau pada Toko Tembakau Milenial di Pasuruan. 2) Cita Rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tembakau pada Toko Tembakau Milenial di Pasuruan. 3) harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tembakau pada Toko Tembakau Milenial di Pasuruan. 4) Uji koefisien determinasi sebesar 0,614 sehingga nilai Adjusted R Square dikategorikan moderat menuju kuat artinya kedua variabel independent memiliki kemampuan yang dibutuhkan variabel dependen dengan nilai 0,614 atau 61,4% sedangkan sisanya 38,6% yang dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Cita Rasa, Harga, Kepuasan Konsumen

Article History

Received: Juli 2024
Reviewed: Juli 2024
Published: Juli 2024

Plagirism Checker No
234

Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Musyrtari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musyrtari



This work is licensed
under a [Creative
Commons Attribution-
NonCommercial 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Pendahuluan

Industri pengolahan tembakau mempunyai peran penting dalam menggerakkan ekonomi nasional, karena mempunyai *multiplier effect* yang luas. Industri jasa terkait dapat tumbuh melalui ekspansi investasi, penyediaan lapangan usaha dari hulu ke hilir, penyerapan tenaga kerja, pemanfaatan bahan baku dalam negeri serta kontribusi cukai pada Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) sebagai salah satu penyumbang pendapatan negara.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di Dinas Lingkungan Hidup Kebersihan dan Pertamanan Kota Pasuruan terkait kinerja tenaga harian lepas yang kurang maksimal yang disebabkan gaji yang tidak setimpal dengan kinerja yang dilakukan dan akibat kinerja yang melebihi batas waktu yang ditentukan menyebabkan para tenaga harian lepas mengalami stres kerja maka peneliti ingin mengkaji lebih dalam terkait permasalahan yang ada di Dinas Lingkungan Hidup Kebersihan dan Pertamanan Kota Pasuruan.

Tinjauan pustaka

a. Kepuasan Konsumen

Indrasari (2019:75) mengemukakan bahwa memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor-faktor penting bagi kelangsungan dalam persaingan. Konsumen

yang puas terhadap produk dan jasa cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Adapun indikator Kepuasan Konsumen menurut Indrasari (2019) yaitu 1.) Kesesuaian harapan, 2.) minat berkunjung kembali, 3.) kesediaan merekomendasikan

b. Cita Rasa

Gagarin et al. (2023) cita rasa pada produk rokok yang baik adalah rasa yang tidak hambar, memiliki cita rasa tembakau yang khas, dan terasa manis pada kertas rokoknya. Adapun indikator Cita Rasa menurut Gargarin (2023) yaitu 1.) bau, 2.) rasa, 3.) tekstur

c. Harga

Kotler dan Armstrong (2016) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk sebuah produk dan jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Adapun indikator stres kerja menurut Robbin (2017) yaitu 1.) keterjangkauan harga, 2.) seimbang dengan kualitas dan mutu, 3.) daya saing harga

Metode penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan harga terhadap kepuasan konsumen tembakau pada toko tembakau milenial di Pasuruan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan yaitu konsumen yang pernah membeli tembakau pada toko tembakau milenial. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik probability sampling dengan penarikan sampel menggunakan rumus arikunto sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Instrumen penelitian, Uji asumsi klasik, Analisis regresi berganda, Uji f dan Uji T.

Hasil Dan Pembahasan

Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan instrumen penelitian dengan menggunakan SPSS. Penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner dengan 9 butir pertanyaan sebanyak 150 responden. Nilai r_{tabel} untuk $N=150$ dengan $df=2$ dan taraf kepercayaan 5% yaitu 0.1603. Uji validitas setiap variabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Hasil Uji Validitas

Variabel		r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Cita Rasa (X_1)	X1.1	0,881	0,1603	Valid
	X1.2	0,863	0,1603	Valid
	X1.3	0,855	0,1603	Valid
Harga (X_2)	X2.1	0,743	0,1603	Valid
	X2.2	0,859	0,1603	Valid
	X2.3	0,819	0,1603	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,883	0,1603	Valid
	Y1.2	0,887	0,1603	Valid
	Y1.3	0,846	0,1603	Valid

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas dimana pengujian validitas instrument penelitian (kuisioer) dengan masing-masing pertanyaan yang diajukan kepada responden mendapatkan nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan data penelitian ini dikatakan valid dan dapat dilakukan pengujian tahap selanjutnya.

Uji Reabilitas

Ghozali (2018:45) menjelaskan uji Reliabilitas merupakan tingkat kestabilan suatu alat pengukur dalam mengukur gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, semakin stabil pula alat pengukur tersebut untuk mengukur suatu gejala dan sebaliknya. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai (α) $> 0,60$. Hasil penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Cita Rasa (X_1)	0,833	Reliabel
Harga (X_2)	0,733	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,842	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Pada tabel diatas dapat diketahui hasil uji reabilitas bahwa semua variabel memiliki koefisien nilai Alpha yang cukup besar diatas 0,60. Sehingga dapat disimpulkan masing-masing variabel dari kuisisioner dapat dikatakan realibel yang berarti bahwa kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuisisioner yang realibel atau handal.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil Uji One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test

Kriteria	Nilai	Keterangan
<i>Monte Carlo Sig. (2 tailed)</i>	0,119	Residual berdistribusi normal

Sumber: data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengujian tabel di atas menunjukkan nilai sig. 0,119 > 0.05 maka dikatakan normal yang artinya model regresi variabel Cita Rasa (X_1), Harga (X_2) dan kepuasan konsumen (Y) mempunyai data berdistribusi normal.

b. Uji Multikoleniaritas

Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Independent	Variabel Dependent	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	

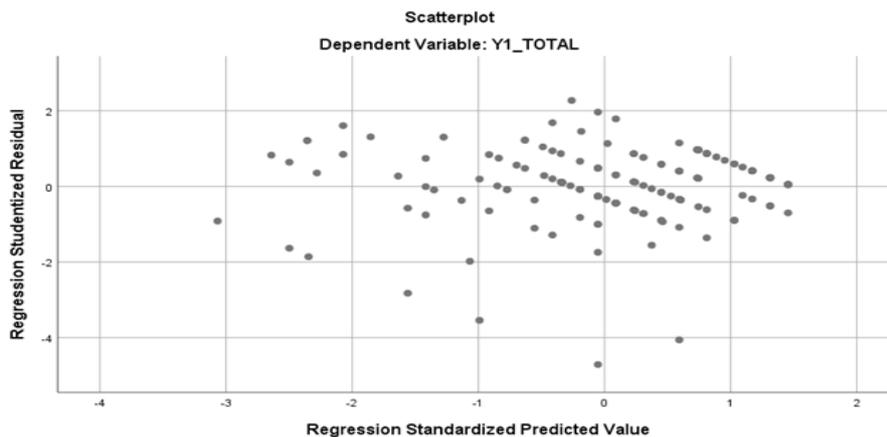
Cita Rasa (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)	0,932	1,073	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga (X2)		0,932	1,073	

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dikatakan bahwa variabel cita rasa (X1) dan harga (X2) sama sama memiliki nilai *tolerance value* sebesar $0,932 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,073 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu cita rasa (X1) dan harga (X2) tidak terjadi multikolinearitas dalam mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) sebagai variabel dependen.

c. Uji Heterokedastistas

Hasil Uji Scatterplot



Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan gambar di atas bahwa ZPRED dan SRESID menunjukkan bahwa titik-titik secara acak dan tidak membentuk pola tertentu dengan jelas serta menyebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dan layak untuk memprediksi variabel cita rasa (X1) dan harga (X2) terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

d. Uji Linearitas

Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hubungan Variabel	Deviation From Linearity		Keterangan
	Sig.	Alpha	
Hubungan Cita Rasa (X1) dengan Kepuasan Konsumen (Y)	0,065	0,05	Linier
Hubungan Harga (X2) dengan Kepuasan Konsumen (Y)	0,382	0,05	Linier

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada deviation from linearity variabel cita rasa (X1) yaitu $0,065 > 0,05$ dan pada variabel harga (X2) yaitu $0,382 > 0,05$ yang membuktikan bahwa hubungan cita rasa (X1) dan harga (X2) dengan kepuasan konsumen (Y) adalah linier.

Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel independent	Variabel Dependent	Unstandardized Coefficients		Pengaruh
		B	Std.Error	
Cita Rasa (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,618	0,046	Positif
Harga (X2)		0,244	0,058	Positif

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel di atas maka dapat diuraikan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,013 + 0,618 X_1 + 0,244 X_2$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas, maka dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 2,013 menyatakan bahwa jika variabel cita rasa X1 dan harga (X2) memiliki nilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan. Maka nilai kepuasan konsumen adalah 2,013.
- Variabel cita rasa (X1) memiliki nilai sebesar 0,618. hal ini menunjukkan jika cita rasa mengalami kenaikan 1% maka akan naik kepuasan konsumen sebesar 0,618 atau 61,8% dengan asumsi variabel independen dianggap konstan.
- Variabel harga (X2) memiliki nilai sebesar 0,244. hal ini menunjukkan jika persepsi harga konsumen mengalami kenaikan 1% maka akan naik kepuasan konsumen sebesar 0,244 atau 24,4% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

Uji Simultan (Uji F)

Pengaruh Cita Rasa Dan harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Independen	Variabel Dependen	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.	Keterangan
Cita Rasa (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)	119,699	3,06	0,000	Hipotesis Diterima
Harga (X2)					

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji pada variabel independen yaitu cita rasa (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikansi dan perhitungan menggunakan taraf kesalahan 5% (0,05) yaitu $F_{tabel} = (df1;df2)$ atau $(k;n-k) = (2;148) = 3,06$ dengan nilai $sig.0,000 < 0,05$ dan F_{hitung} yaitu $119,699 > 3,06$, artinya H1 diterima atau cita rasa (X1) dan harga (X2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Uji Parsial (Uji T)

Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Independen	Variabel Dependen	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.	Keterangan
Cita Rasa (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)	13,290	1,976	0,000	Hipotesis Diterima
Harga (X2)		4,189	1,976	0,000	Hipotesis Diterima

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji pada masing masing variabel (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel (Y). hal ini dapat dibuktikan dari nilai signifikansi t_{tabel} yaitu $(\alpha/2; n-k-1)$ $(0,05/2; 150-2-1) = 1,976$.

Hasil dari variabel cita rasa (X1) yaitu $sig.0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $> t_{tabel}$ $13,290 > 1,976$, artinya H2 diterima atau variabel cita rasa (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). nilai dari variabel harga (X2) yaitu $sig.0,000 < 0,05$ dan nilai thitung $> t_{tabel}$ yaitu $4,189 > 1,976$, artinya H3 diterima atau variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Variabel Independen	Variabel Dependen	R Square	Adjusted R Square
Cita Rasa (X1)	Kepuasan Konsumen (Y)	0,620	0,614
Harga (X2)			

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,614 sehingga nilai Adjusted R Square dikategorikan moderat menuju kuat (Hair et al, 2018), artinya kedua variabel independent memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen dengan nilai 0,614 atau 61,4% sedangkan sisanya 38,6% yang dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh gaji dan stres kerja terhadap kinerja

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa secara simultan cita rasa dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tembakau pada Toko Tembakau Milenial di Pasuruan. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji F dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $119,699 > 3,06$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$, artinya hipotesis pertama yaitu H1 diterima. Hasil nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa cita rasa dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,614 atau 61,4% sedangkan sisanya 38,6% yang dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cita rasa dan harga menjadi salah satu penentu kepuasan konsumen. Cita rasa tembakau pada Toko Tembakau Milenial menyediakan berbagai macam-varian rasa seperti tembakau rasa apel, mangga, strawberry, anggur putih dan masih banyak varian rasa tembakau lainnya, Toko Tembakau Milenial lebih mengutamakan varian rasa tembakau yang banyak diminati oleh kalangan milenial seperti nama tokonya yaitu Toko Tembakau Milenial. Harga tembakau pada Toko Tembakau Milenial mulai dari Rp. 15.000 – Rp. 25.000/ons dimana harga tersebut dapat dijangkau oleh konsumen tembakau, Toko Tembakau Milenial juga memberikan tester untuk konsumen disetiap pembelian serta mengadakan promo disetiap event tertentu. Harga terjangkau dengan pelayanan yang baik serta produk berkualitas yang dijual di Toko Tembakau Milenial konsumen mendapat kepuasan setelah melakukan pembelian di Toko Tembakau Milenial.

2. Pengaruh gaji terhadap kinerja

Berdasarkan hasil analisis data maka dapat disimpulkan bahwa cita rasa secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tembakau pada Toko Tembakau Milenial. Hal ini dapat diketahui berdasarkan uji t dengan nilai thitung $> t$ tabel yaitu $13,290 > 1,976$ dan nilai $sig.0,000 < 0,05$, artinya hipotesis kedua yaitu H2 diterima yang artinya cita rasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cita rasa menjadi salah satu penentu kepuasan konsumen. Toko Tembakau Milenial menyediakan berbagai macam-varian rasa seperti tembakau rasa apel, mangga, strawberry, anggur putih dan masih banyak varian rasa tembakau lainnya. Berdasarkan kriteria responden yang mendominasi yaitu responden berusia 18 – 33 tahun dimana konsumen tersebut merupakan usia milenial yang lebih tertarik dengan tembakau rasa buah-buahan.

3. Pengaruh stres kerja terhadap kinerja

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tembakau pada Toko Tembakau Milenial. Hal ini dapat diketahui berdasarkan hasil uji t dengan nilai thitung > ttabel yaitu $4,189 > 1,976$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$, artinya hipotesis ketiga yaitu H3 diterima atau variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu penentu kepuasan konsumen tembakau pada Toko Tembakau Milenial. Toko Tembakau Milenial menjual tembakau dengan harga yang terjangkau mulai dari Rp. 15.000 – Rp. 25.000/ons, mengenai karakteristik responden berdasarkan pendapatan diketahui bahwa responden terbanyak adalah responden dengan pendapatan $1 < 2$ juta yang berkerja sebagai pegawai swasta yang dimana didominasi oleh konsumen laki-laki. Harga tembakau pada Toko Tembakau Milenial yang rendah dibandingkan dengan harga toko tembakau pesaing dikarenakan adanya persaingan harga. Toko Tembakau Milenial juga memberikan tester untuk konsumen disetiap pembelian serta mengadakan promo disetiap event tertentu.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama pada uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel cita rasa (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen tembakau pada Toko Tembakau Milenial di Pasuruan. Artinya jika Toko Tembakau Milenial lebih menjaga kualitas tembakau dan memiliki cita rasa yang khas dengan harga yang terjangkau oleh konsumen, maka para konsumen akan terus merasa puas setelah melakukan pembelian dan setelah mengkonsumsinya.

Saran

- a. Diharapkan bagi Toko Tembakau Milenial untuk tetap menjaga konsistennya dalam memperhatikan kualitas tembakau, berdasarkan wawancara pada toko tembakau yang paling banyak diminati yaitu tembakau putihan yang banyak diminati oleh konsumen usia 18 - 33 tahun. Toko Tembakau Milenial tetap mempertahankan pangsa pasar yang sudah didapat saat ini.
- b. Diharap bagi Toko Tembakau Milenial dapat mempertahankan kesesuaian harga dengan kualitas dan daya saing. Toko Tembakau Milenial harus tetap mengoptimalkan diskon yang menarik. Para konsumen akan lebih loyal membeli di Toko Tembakau Milenial.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, N. F., & Hariasih, M. (2022). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Mie Ayam 28 di Desa Kedung Solo. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(3), 15.
- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian: Suatu Penelitian Praktik*. Rineka Cipta.
- Azhar, M. E., Jufrizen, J., Prayogi, M. A., & Sari, M. (2019). The role of marketing mix and service quality on tourist satisfaction and loyalty at Samosir. *Independent Journal of Management & Production*, 10(5), 1662–1678.

- Bachtiar, D. I. (2011). Analisa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam memilih Politeknik Sawunggalih Aji Purworejo. *Dinamika Sosial Ekonomi*, 7(1), 102–112.
- Gagarin, L., Saufi, A., & Sudiarta, H. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Rokok Di Tobacco House Lombok. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(3), 223–239. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i3.2293>
- _____. (2023). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Rokok Di Tobacco House Lombok. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(3), 223–239. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i3.2293>
- Ghozali, I. (2018). *plikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardiyatih, R. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Vila) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran. *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Hasan, A. (2018). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- _____. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua*. BFEE UGM.
- Jannah, C., & Alhazami, L. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen CV. Sumber Garuda Mas. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Ekonomi*, 1(2), 29–45.
- Kotler dan Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 14 New Jersey:Prentice Hall Published* . Erlangga.
- Kotler P., G. A. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 14 New Jersey:Prentice Hall Published* . Erlangga.
- Kiswanto, K., Pudyaningsih, A. R., & Akramiah, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal EMA*, 4(1), 14–22. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.34>
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi*.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, cita rasa terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2).
- Malau, H. (2017). Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era. *Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Manus, F. W., & Lumanauw, B. (2015). Kualitas produk, harga, dan kualitas layanan, pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kartu prabayar Tri di Kelurahan Wawalintouan Tondano Barat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2).
- Meiliana, C., & Yani, M. (2021). PENGARUH LOKASI, HARGA DAN CITA RASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN BATU MANDI DI SAMPIT. *Profit: Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 80–92.
- Moehyi, S. (2019). *Penyelenggaraan makanan institusi dan jasa boga*.
- Nugroho, D. M. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk layanan, dan harga produk layanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan prabayar telkomsel. *Jurnal Operations Excellence: Journal of Applied Industrial Engineering*, 7(2), 268837.
- Nuralam, I. P. (2017). *Etika pemasar dan kepuasan konsumen dalam pemasaran perbankan syariah*. Universitas Brawijaya Press.
- PEREKONOMIAN, K. K. B., & INDONESIA, R. (2021). *Pengembangan Inovasi dan Teknologi Industri Hasil Tembakau*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/3497/pengembangan-inovasi-dan-teknologi-industri-hasil-tembakau>
- Prasasti, G. A., & Maisara, P. (2022). Pengaruh Fasilitas, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Mie Gacoan Di Solo Raya. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(2), 276–288.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*.
- Rizky Priadjie. (2020). *3 Rekomendasi Jenis Tembakau untuk Penganut Tingwe*. Terminal. <https://mojok.co/terminal/3-rekomendasi-jenis-tembakau-untuk-penganut-tingwe/>
- Santoso, A. M. (2015). *Persepsi Konsumen Pada Kemasan, Cita Rasa Dan Harga Rokok Djarum Super Isi 12 Dan Djarum Super Isi 16 Di Salatiga*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Sianturi, G. A. E., Muliani, L., & Sari, H. P. R. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Ragusa Es Krim Italia. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti Dan Pariwisata*, 3(1), 35–49.
- Sudjana. (2015). *Metode Statistika*. PT. Taristo.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, edisi pertama, cetakan kesepuluh*. Penerbit: Andi Yogyakarta.
- _____. (2015). *Manajemen Jasa*. ANDI.
- Yazid, I., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (Apotek K-24 Jl. Gajah Mada Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 305–314.

Yusuf, M. A., Sentosa, E., & Marnis, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Pulu Basuki Rachmat Jakarta Timur. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(1), 10–19.

Zulfikar, R. S., Sutikno, B., & Hastari, S. (2022). Pengaruh Promosi Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Cv. Rima Jaya Di Pasuruan. *Jurnal EMA*, 7(1), 34.
<https://doi.org/10.47335/ema.v7i1.163>