

Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa Kopi terhadap Kepuasan Konsumen

Yusuf Solehafidz¹, Popon Rubia Adawia², Syukron Sazly³

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta Indonesia^{1,2,3}

Corresponding Author: yusufsolehafidz27@gmail.com^{1*}, popon.pra@bsi.ac.id², syukron.szy@bsi.ac.id³

Info Artikel

Submitted: 28 Agustus 2026

Revised: 09 September 2026

Accepted: 29 September 2026

Published: 12 Oktober 2026

Keywords: Menu Variety; Coffee Taste; Consumer Satisfaction

Kata Kunci: Variasi menu; cita rasa kopi; kepuasan konsumen

Abstract

This study aims to examine the effect of menu variety and coffee taste on consumer satisfaction at Pojok Teras Coffee Bogor. A quantitative associative approach was used. The population consisted of consumers who had purchased at the coffee shop, with 86 respondents selected using the Slovin formula. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using IBM SPSS Statistics through validity, reliability, classical assumption, multiple linear regression, t-test, F-test, and coefficient of determination analyses. The results show that menu variety has a positive and significant effect on consumer satisfaction, while coffee taste also has a positive and significant effect. Simultaneously, menu variety and coffee taste significantly affect consumer satisfaction. The regression model produces an R Square of 0.627, indicating that the two independent variables explain 62.7% of the variation in consumer satisfaction. These findings indicate that maintaining menu diversity and coffee taste consistency is relevant to improving consumer satisfaction at Pojok Teras Coffee Bogor.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variasi menu dan cita rasa kopi terhadap kepuasan konsumen di Pojok Teras Coffee Bogor. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Populasi penelitian adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian, dengan sampel 86 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan cita rasa kopi juga berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, variasi menu dan cita rasa kopi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai R Square sebesar 0,627 menunjukkan bahwa kedua variabel independen menjelaskan 62,7% variasi kepuasan konsumen. Temuan ini menunjukkan pentingnya menjaga keberagaman menu dan konsistensi cita rasa kopi dalam meningkatkan kepuasan konsumen di Pojok Teras Coffee Bogor.



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

Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

Pendahuluan

Perkembangan coffee shop di Indonesia mendorong persaingan yang semakin ketat. Coffee shop tidak hanya menjadi tempat menikmati kopi, tetapi juga ruang sosial untuk berkumpul, berdiskusi, bekerja, dan melepas penat. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha berupaya menarik dan mempertahankan konsumen melalui keberagaman menu serta konsistensi cita rasa kopi.

Kepuasan konsumen terbentuk ketika pengalaman yang diterima dibandingkan dengan harapan yang dimiliki. (Kotler dkk., 2022) menjelaskan bahwa kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan pengalaman dengan harapannya. Karena itu, variasi menu yang menyediakan pilihan sesuai preferensi dan cita rasa kopi yang konsisten menjadi bagian penting dari pengalaman konsumsi. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pada coffee shop berkaitan dengan variasi menu dan pengalaman terhadap produk. (Shinta & Rahardini, 2024)

Pada Pojok Teras Coffee Bogor, terdapat masukan konsumen mengenai perlunya pengembangan variasi menu, sementara cita rasa kopi dinilai sudah baik tetapi tetap perlu dijaga konsistensinya. Data pengunjung menunjukkan 192 konsumen pada Februari 2026, 203 pada Maret, dan 210 pada April, sehingga total populasi periode tersebut berjumlah 605 konsumen. Jumlah kunjungan yang meningkat belum secara langsung menunjukkan tingkat kepuasan, sehingga penilaian konsumen terhadap variasi menu dan cita rasa perlu dianalisis.

Penelitian terdahulu telah menemukan hubungan antara variasi menu, cita rasa, dan kepuasan konsumen. (Azizah & Rahma, 2025) melaporkan pengaruh signifikan variasi menu terhadap kepuasan pada coffee shop, sedangkan (Chayatul & Alhazami, 2022) menunjukkan pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen. Namun, penelitian terdahulu menggunakan kombinasi variabel yang berbeda. Penelitian ini secara khusus menguji variasi menu dan cita rasa kopi secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen pada Pojok Teras Coffee Bogor.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh variasi menu terhadap kepuasan konsumen, menganalisis pengaruh cita rasa kopi terhadap kepuasan konsumen, serta menganalisis pengaruh kedua variabel tersebut secara simultan. Hipotesis penelitian menyatakan bahwa variasi menu berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, cita rasa kopi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, dan variasi menu bersama cita rasa kopi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

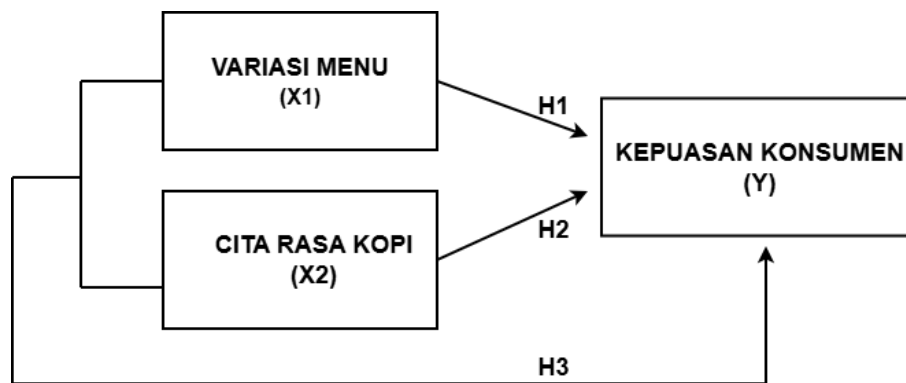
Tabel 1. Jumlah Pengunjung Pojok Teras Coffee Bogor

Bulan	Jumlah Pengunjung
Februari 2026	192
Maret 2026	203
April 2026	210

Sumber: Pojok Teras Coffee Bogor (2026).

Berdasarkan Tabel 1, jumlah pengunjung meningkat dari 192 orang pada Februari menjadi 203 orang pada Maret dan 210 orang pada April. Data tersebut digunakan sebagai dasar penentuan populasi penelitian, bukan sebagai ukuran langsung kepuasan konsumen.

Gambar 1. Kerangka hubungan variasi menu dan cita rasa kopi terhadap kepuasan konsumen



Sumber: Diolah peneliti (2026).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Variabel independen terdiri atas variasi menu (X1) dan cita rasa kopi (X2), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan konsumen (Y). Penelitian dilakukan pada konsumen Pojok Teras Coffee Bogor yang pernah melakukan pembelian.

Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian selama Februari–April 2026. Berdasarkan data pengunjung, populasi berjumlah 605 orang. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 86 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online dengan skala Likert lima poin, didukung observasi, dokumentasi, dan wawancara singkat.

Variasi menu diukur melalui keberagaman jenis menu, ukuran penyajian, inovasi menu,

penampilan menu, dan ketersediaan menu. Cita rasa kopi diukur melalui aroma, rasa, dan rangsangan mulut. Kepuasan konsumen diukur melalui kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali, dan kesediaan merekomendasikan.

Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics. Tahapan analisis meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, linearitas, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Instrumen terdiri dari 22 pernyataan dan dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel 0,212.

Tabel 2. Ringkasan Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Rentang hitung	r	Cronbach's Alpha	Keterangan
Variasi Menu (X1)	10	0,482–0,720		0,806	Valid dan reliabel
Cita Rasa Kopi (X2)	6	0,495–0,654		0,604	Valid dan reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	6	0,496–0,705		0,657	Valid dan reliabel

Sumber: Data diolah dari SPSS V.25 (2026).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Penelitian memperoleh data dari 86 responden. Karakteristik responden menunjukkan bahwa 44 orang (51%) berjenis kelamin wanita dan 42 orang (49%) pria. Kelompok usia terbesar adalah 17–25 tahun sebanyak 63 orang (73%). Berdasarkan status, 58 responden (67%) merupakan pelajar/mahasiswa, 20 orang (23%) pekerja, 1 orang (1%) wirausaha, dan 7 orang (8%) kategori lainnya.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	n	%
Jenis kelamin	Pria	42	49
	Wanita	44	51
Usia	<17 tahun	3	3

	17–25 tahun	63	73
	26–35 tahun	17	20
	36–45 tahun	3	3
	>45 tahun	0	0
Status	Pelajar/Mahasiswa	58	67
	Pekerja	20	23
	Wirausaha	1	1
	Lainnya	7	8

Sumber: Data diolah peneliti (2026).

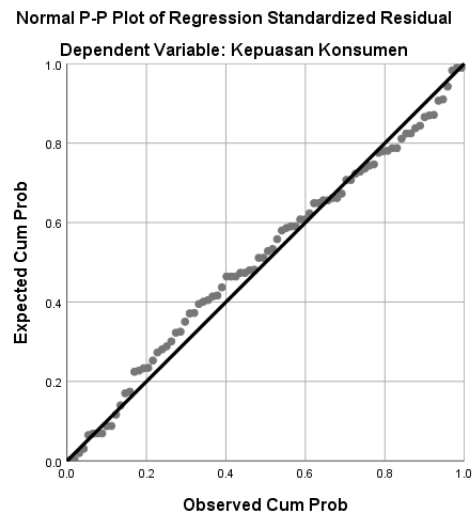
Uji kualitas data menunjukkan seluruh 22 item pernyataan valid karena nilai r hitung setiap item lebih besar daripada r tabel 0,212. Nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel juga lebih besar dari 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel. Hasil pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa model memenuhi persyaratan untuk analisis regresi linear berganda.

Tabel 4. Ringkasan Uji Asumsi Klasik

Pengujian	Indikator	Hasil	Kriteria	Kesimpulan
Normalitas	Asymp. Sig. K-S	0,200	>0,05	Normal
Multikolinearitas X1	Tolerance / VIF	0,466 / 2,145	>0,10 / <10	Tidak terjadi
Multikolinearitas X2	Tolerance / VIF	0,466 / 2,145	>0,10 / <10	Tidak terjadi
Heteroskedastisitas X1	Sig. Glejser	0,478	>0,05	Tidak terjadi
Heteroskedastisitas X2	Sig. Glejser	0,312	>0,05	Tidak terjadi
Linearitas X1–Y	Deviation from Linearity	0,167	>0,05	Linear
Linearitas X2–Y	Deviation from Linearity	0,128	>0,05	Linear

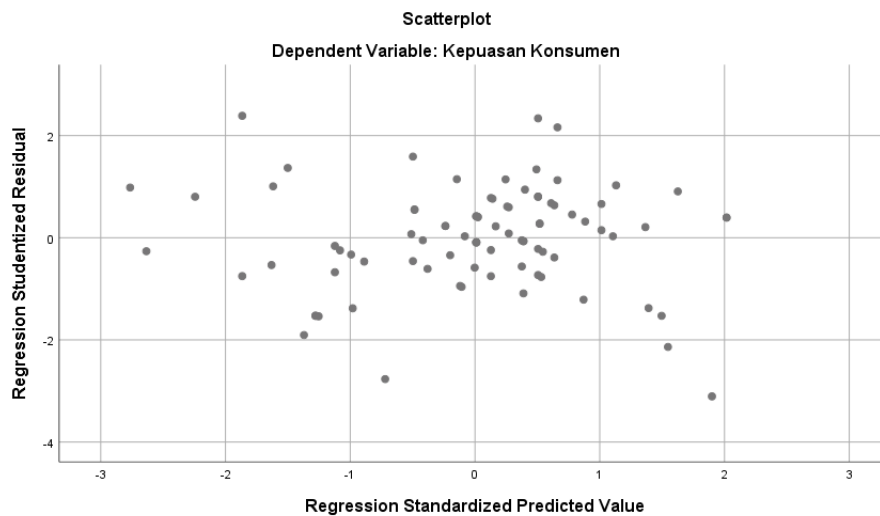
Sumber: Data diolah dari SPSS V.25 (2026).

Gambar 2. Normal P-P Plot residual regresi



Sumber: Output SPSS V.25 (2026).

Gambar 3. Scatterplot residual regresi



Sumber: Output SPSS V.25 (2026).

Hasil regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 3,896 + 0,329X_1 + 0,297X_2$. Koefisien positif pada kedua variabel menunjukkan arah hubungan yang positif terhadap kepuasan konsumen.

Pembahasan

Tabel 5. Hasil Regresi Linear Berganda dan Uji t

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Konstanta	3,896	1,755	—	2,220	0,029
Variasi Menu (X1)	0,329	0,058	0,555	5,652	0,000
Cita Rasa Kopi (X2)	0,297	0,100	0,291	2,962	0,004

Sumber: Data diolah dari SPSS V.25 (2026).

Pembahasan pengaruh variasi menu terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t, variabel Variasi Menu (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 5,652 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, hasil tersebut menunjukkan bahwa Variasi Menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Pojok Teras Coffee Bogor. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_{a1}) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik dan beragam pilihan menu yang tersedia, semakin besar peluang konsumen memperoleh pilihan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensinya. Variasi menu dalam penelitian ini mencakup keberagaman jenis menu, ukuran penyajian, inovasi menu, penampilan menu, dan ketersediaan menu. Keberadaan berbagai pilihan tersebut memberikan keleluasaan bagi konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli, sehingga pengalaman pembelian dapat menjadi lebih sesuai dengan harapan konsumen. Hasil ini sejalan dengan (Azizah & Rahma, 2025) yang menunjukkan bahwa variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada coffee shop. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian (Shinta & Rahardini, 2024) yang menempatkan variasi menu sebagai salah satu aspek yang berkaitan dengan kepuasan konsumen coffee shop. Dengan demikian, hasil penelitian pada Pojok Teras Coffee Bogor memperlihatkan bahwa pengembangan pilihan menu merupakan bagian penting dalam memenuhi perbedaan selera konsumen.

Secara lebih lanjut, hasil koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa Variasi Menu

memberikan kontribusi sebesar 42,57% terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai tersebut merupakan kontribusi parsial yang lebih besar dibandingkan variabel Cita Rasa Kopi dalam model penelitian ini. Hasil tersebut tidak berarti bahwa variasi menu merupakan satu-satunya penentu kepuasan, karena masih terdapat faktor lain di luar model. Namun, pada data penelitian ini, variasi menu menunjukkan peran yang cukup besar dalam menjelaskan perubahan kepuasan konsumen. Implikasinya, Pojok Teras Coffee Bogor dapat mempertahankan keberagaman menu sekaligus melakukan pengembangan secara berkala agar pilihan yang tersedia tetap relevan dengan kebutuhan konsumen.

Pembahasan pengaruh cita rasa kopi terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji t, variabel Cita Rasa Kopi (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,962 dengan nilai signifikansi 0,004. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, sehingga Cita Rasa Kopi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan demikian, hipotesis kedua (Ha2) diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa cita rasa merupakan bagian dari pengalaman konsumsi yang dirasakan secara langsung oleh konsumen. Dalam penelitian ini, cita rasa kopi berkaitan dengan aroma, rasa, dan rangsangan atau sensasi yang dirasakan di dalam mulut. Apabila unsur tersebut sesuai dengan selera dan harapan konsumen, pengalaman menikmati kopi menjadi lebih positif dan pada akhirnya berkaitan dengan tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Chayatul & Alhazami, 2022) yang menemukan bahwa cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan tersebut juga sejalan dengan (Yuliana & Pratiwi, 2025) yang menunjukkan pentingnya cita rasa dalam membentuk pengalaman konsumen terhadap produk kopi.

Koefisien determinasi parsial Cita Rasa Kopi sebesar 20,25% menunjukkan bahwa variabel ini tetap memberikan kontribusi terhadap Kepuasan Konsumen meskipun nilainya lebih kecil dibandingkan kontribusi parsial Variasi Menu. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan konsumen tidak hanya berkaitan dengan banyaknya pilihan menu, tetapi juga dengan kualitas pengalaman ketika produk dikonsumsi. Oleh karena itu, pengembangan menu perlu disertai dengan perhatian terhadap kualitas bahan baku, proses penyeduhan, aroma, rasa, serta konsistensi cita rasa pada setiap penyajian.

Tabel 6. Koefisien Determinasi dan Uji F

Model	R	R Square	Adjusted R Square	F	Sig.
Variasi Menu + Cita Rasa Kopi	0,792	0,627	0,619	69,908	0,000

Sumber: Data diolah dari SPSS V.25 (2026).

Pembahasan pengaruh variasi menu dan cita rasa kopi secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 69,908 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, Variasi Menu (X1) dan Cita Rasa Kopi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian, hipotesis ketiga (Ha3) diterima. Hasil regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 3,896 + 0,329X1 + 0,297X2$. Kedua koefisien regresi bernilai positif, sehingga peningkatan pada Variasi Menu dan Cita Rasa Kopi berkaitan dengan peningkatan Kepuasan Konsumen pada data penelitian ini. Nilai R Square sebesar 0,627 menunjukkan bahwa kedua variabel secara bersama-sama menjelaskan 62,7% variasi Kepuasan Konsumen, sedangkan 37,3% sisanya berkaitan dengan faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Nilai R sebesar 0,792 menunjukkan hubungan simultan yang kuat antara Variasi Menu dan Cita Rasa Kopi dengan Kepuasan Konsumen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Variasi Menu dan Cita Rasa Kopi saling melengkapi dalam membentuk pengalaman konsumen di Pojok Teras Coffee Bogor. Variasi menu memberikan ruang pilihan yang lebih luas sesuai dengan preferensi konsumen, sedangkan cita rasa kopi menentukan kualitas pengalaman ketika produk tersebut dikonsumsi. Hasil ini mendukung kerangka pemikiran penelitian bahwa pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen dapat berkaitan dengan terbentuknya kepuasan. Pada data penelitian ini, kontribusi parsial Variasi Menu sebesar 42,57% dan Cita Rasa Kopi sebesar 20,25%, sedangkan kontribusi simultan kedua variabel berdasarkan R Square adalah 62,7%. Namun, hasil tersebut perlu dipahami dalam batasan model penelitian karena masih terdapat 37,3% variasi kepuasan yang berkaitan dengan faktor lain di luar variabel yang diteliti. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain seperti harga, kualitas pelayanan, promosi, atau suasana tempat untuk memperoleh gambaran yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Pojok Teras Coffee Bogor. Cita rasa kopi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan, variasi menu dan cita rasa kopi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan R Square sebesar 0,627. Dengan demikian, peningkatan kepuasan konsumen dalam konteks objek penelitian berkaitan dengan kombinasi keberagaman pilihan menu dan kualitas serta konsistensi cita rasa kopi. Pihak Pojok Teras Coffee Bogor dapat mempertahankan evaluasi menu dan konsistensi proses penyajian, sedangkan penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan variabel lain dan jumlah responden yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprileny, I., Arifiani, P. N., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh variasi menu, store atmosphere dan citra restoran terhadap keputusan pembelian (studi konsumen: Restoran Bijin Nabe by Tsukada Nojo Plaza Senayan, Jakarta). *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 108–116. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2446>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Artono, B. (2024). *Jurnal Multidisiplin Sosial Humaniora*, 1, 53–63. <https://jurnal.ananpublisher.com/index.php/jmsh>
- Aufa, Y., & Brahmayanti, I. A. S. (2026). Pengaruh variasi menu, persepsi harga, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada D'Coffee Cup Gunung Anyar Surabaya. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 8353–8363. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4777>
- Azizah, S. S., & Rahma, S. H. (2025). Pengaruh variasi menu, harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di coffee shop. *XI*(1), 338–347.
- Chayatul Jannah, & 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. <https://doi.org/10.55606/jurrie.v1i2.361>
- Fitria Dewi Puspita Anggraini, Aprianti, Vilda Ana Veria Setyawati, & A. A. H. (2022). *Jurnal Basicedu*, 6(5), 524–532.

- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
- Ghozali. (2021). Bab 2 Pengenalan Program SPSS: Aplikasi Statistik Deskriptif dan Crosstabs.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & Shainesh, G. (2022). *Marketing Management Indian Case Studies Included (16th Edition)*.
- Masnun, S., Makhdalena, M., & Syabrus, H. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(4), 3736–3740. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i4.4280>
- Nashrullah, M., et al. (2023). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. UMSIDA Press.
- Putri, S. S., & Bharata, W. (2024). The influence of menu variations and interior design on customer loyalty through customer satisfaction of Cafe Pizzaku Muara Badak. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(4), 7739–7757.
- Rahayu, M., Restu, N., Susanti, R., & Sumaryanto. (2022). Terhadap keputusan pembelian di kedai kopi. *Ekonomi dan Kewirausahaan*, 22(3), 281–291.
- Shinta Yuniarti, & Rahardini, M. D. (2024). Pengaruh store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Leng Coffee, Pekanbaru. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1143. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1610>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). The concepts of population and sampling as well as participant selection in the context of educational scientific research. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36.
- Yuliana, H., & Pratiwi, A. (2025). Pengaruh variasi produk, cita rasa, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen (survei pada Kopi Janji Jiwa Karanganyar). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(7), 393–404.