



Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dan Dampak pada Pembelian Berulang di Kedai Jahe Rempah Sultan

INFO PENULIS

Irene Cahyaningtyas
Universitas Muria Kudus
Irenecahyaningtyas17@gmail.com

Ananda Meyrika Setyaningrum
Universitas Muria Kudus
anandameyrika@gmail.com

Devina Fatia Nita
Universitas Muria Kudus
dfatianita@gmail.com

Ruth Natalia Susanti
Universitas Muria Kudus
ruth.natalia@umk.ac.id

INFO ARTIKEL

ISSN: 3046-8507
Vol. 2, No. 3, November 2025
<http://almufi.com/index.php/AJSH>

© 2025 Almufi All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Cahyaningtyas, I., Setyaningrum, A. M., Nita, D. F., & Susanti, R. N. (2025). Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Minuman Kopi Pinggir Jalan. *Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2 (3), 325-337.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian ulang di Kedai Jahe Rempah Sultan. Penelitian menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan melibatkan 26 responden yang pernah berkunjung ke kedai. Data kuantitatif dianalisis menggunakan persentase untuk menilai lima aspek kepuasan, yaitu: harga, kualitas produk, pelayanan, aspek emosional, dan kemudahan, sedangkan data kualitatif digunakan untuk memahami lebih dalam pengalaman konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh aspek memiliki tingkat kepuasan tinggi dengan rata-rata di atas 84%, di mana pelayanan dan harga menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan terbukti berperan positif terhadap niat melakukan pembelian ulang, dengan 92,3% responden menyatakan setuju. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen di Kedai Jahe Rempah Sultan tidak hanya ditentukan oleh faktor fungsional seperti produk dan harga, tetapi juga oleh pengalaman emosional serta interaksi sosial yang tercipta di kedai, yang pada akhirnya memperkuat loyalitas pelanggan terhadap usaha kuliner lokal tersebut.

Kata kunci: kepuasan konsumen, pembelian ulang, loyalitas pelanggan, perilaku konsumsi, usaha lokal

Abstract

This study aims to analyze the level of customer satisfaction and its influence on repeat purchase decisions at Kedai Jahe Rempah Sultan. A mixed-methods approach was used, involving 26 respondents who had previously visited the café. Quantitative data were analyzed using percentages to assess five satisfaction aspects: price, product quality, service, emotional aspects, and convenience while qualitative data were employed to gain deeper insights into customer experiences. The results show that all aspects achieved a high level of satisfaction, with an average score above 84%, and that service and price were the most influential factors affecting customer satisfaction. Furthermore, customer satisfaction had a positive impact on the intention to make repeat purchases, with 92.3% of respondents agreeing. Overall, the study concludes that customer satisfaction at Kedai Jahe Rempah Sultan is shaped not only by functional factors such as product and price but also by emotional experiences and social interactions created within the café, which ultimately strengthen customer loyalty toward this local culinary business.

Keywords: customer satisfaction, repeat purchase, customer loyalty, consumer behavior, local business

A. Pendahuluan

Globalisasi membawa pengaruh besar terhadap perkembangan industri *food and beverage (F&B)* di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip dari Kementerian Keuangan, industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan sebesar 2,54% dari tahun 2020–2021, menunjukkan pesatnya perkembangan sektor ini di tengah perubahan budaya konsumsi masyarakat (Evin Willian Goutama et al., 2017). Melalui budaya populer seperti film, musik, dan media sosial, berbagai kuliner asing mulai dikenal luas dan digemari oleh masyarakat. Seperti diberitakan oleh Liputan6 (2024), munculnya makanan Korea seperti tteokbokki, kimchi, dan sundubu jjigae, serta makanan Jepang seperti ramen dan takoyaki, menjadi contoh nyata invasi kuliner asing yang dipopulerkan oleh budaya pop luar negeri. Selain itu, tren minuman modern seperti boba dan soda juga semakin digemari, menggambarkan bagaimana budaya konsumsi masyarakat Indonesia kini semakin dipengaruhi oleh gaya hidup global.

Kata konsumen berasal dari bahasa Belanda *consumenten* dan bahasa Inggris *consumer* yang berarti pembeli. Namun, maknanya tidak hanya sebatas orang yang membeli barang. Menurut Kotler dan Keller (2016), konsumen adalah orang atau kelompok yang membeli dan menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Konsumen menjadi fokus utama dalam kegiatan pemasaran karena setiap bisnis berusaha memahami dan memberikan kepuasan kepada mereka. Secara umum, konsumen adalah pihak yang memakai barang atau jasa untuk kebutuhan sendiri atau orang lain, bukan untuk dijual kembali (Andrian et al., 2022)

Fenomena di kehidupan menunjukkan bahwa perilaku konsumsi melibatkan proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh beragam faktor, menurut Sumarwan (Soviyanti & Khairani, 2024), perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Dari faktor internal, keinginan untuk membeli muncul karena motivasi, persepsi, dan gaya hidup yang dianut. Sementara dari faktor eksternal, pengaruh dari media sosial, budaya yang populer, dan lingkungan sosial berpengaruh besar dalam membentuk pandangan selera masyarakat terhadap suatu produk.

Hal ini mendorong pelaku usaha lokal untuk terus berinovasi agar tetap relevan dan mampu bersaing, tidak hanya melalui kualitas produk, tetapi juga dengan menciptakan pengalaman konsumsi yang memuaskan bagi konsumen, sehingga konsumen akan merasa terhubung secara emosional dan mengembangkan loyalitas terhadap suatu perusahaan atau brand. Dalam penelitian Muhammad Reykhan & Wahdiyati Moko (2022) dijelaskan bahwa citra merek, persepsi harga, serta kualitas layanan menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi loyalitas dan preferensi konsumen muda terhadap suatu produk.

Wedangan (jahe rempah) sendiri memiliki akar sejarah panjang dalam budaya masyarakat Jawa. Sejak dulu, wedangan dikenal sebagai tempat berkumpul warga untuk menikmati minuman hangat berbasis rempah seperti jahe, kopi, atau teh, sembari bercengkerama dalam suasana sederhana. Seiring dengan perubahan gaya hidup dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap bahan alami, banyak warung wedangan kini bertransformasi menjadi

kedai yang lebih modern dan representatif. Menurut Winda Kurniyawati et al., (2018) wedangan yang dahulu identik dengan kesan tua dan tradisional kini didesain lebih modern sehingga diminati oleh kalangan muda. Beberapa di antaranya menghadirkan suasana khas seperti tema tempo dulu, desain kekinian, serta fasilitas seperti Wi-Fi dan *live music* untuk menarik minat konsumen muda. Beberapa bahkan menambahkan fasilitas seperti ruang pertemuan atau tempat rapat, menjadikannya tidak hanya sebagai tempat bersantai tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa wedangan mampu bertransformasi dari warung tradisional menjadi bagian dari gaya hidup modern tanpa meninggalkan nilai budaya aslinya. Hal ini sejalan dengan penelitian Salafus Asbabun Imam et al., (2020) yang menjelaskan bahwa perkembangan gaya hidup membuat konsumen semakin selektif dalam memilih tempat makan yang tidak hanya menawarkan cita rasa, tetapi juga kenyamanan dan suasana yang menyenangkan.

Di masa pandemi COVID-19 diberlakukan sosialisasi mengenai manfaat dari konsumsi rempah-rempah untuk kesehatan tubuh, hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa masyarakat mampu memahami potensi tanaman herbal, khususnya jahe, sebagai minuman kesehatan yang dapat menunjang imunitas tubuh selama pandemi COVID-19. Peningkatan pengetahuan masyarakat menunjukkan bahwa tujuan utama, yaitu transfer ilmu dan keterampilan dalam mengolah minuman herbal, telah tercapai dan berpotensi diterapkan serta disebarluaskan oleh warga (Agustina et al., 2022).

Temuan ini sejalan dengan data Riskesdas 2018 dalam jurnal Halim et al. (2023) yang mencatat bahwa 44% masyarakat Indonesia memanfaatkan pengobatan tradisional untuk menjaga dan memulihkan kesehatan, termasuk melalui racikan ramuan herbal dari rempah-rempah. Tren pemanfaatan herbal ini meningkat selama pandemi COVID-19, sebagaimana diperkuat oleh Surat Edaran Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan tahun 2021 (HK.02.02/IV.2243/2020) yang menekankan pentingnya penggunaan herbal untuk meningkatkan imunitas. Selain itu, hasil penelitian Yasir Arrokhim et al., (2023) juga membuktikan bahwa minat terhadap minuman berbahan dasar rempah juga melonjak akibat keyakinan masyarakat bahwa rempah-rempah memiliki khasiat dalam menangkal virus dan menjaga daya tahan tubuh. Dengan demikian, program penyuluhan ini relevan dengan kebutuhan dan kesadaran masyarakat saat ini, serta mendukung penguatan perilaku hidup sehat berbasis kearifan lokal.

Fenomena konsumsi wedangan (jahe rempah) di kabupaten kudas juga menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen. Berdasarkan wawancara awal terhadap 10 responden golongan muda di kudas, mayoritas mengatakan bahwa mereka tidak memandang minuman jahe rempah sebagai minuman yang hanya diperuntukkan untuk orang tua, mereka menganggap bahwa minuman jahe rempah adalah minuman yang identik dengan kesehatan, kehangatan, dan juga cocok dikonsumsi oleh anak muda.

Kecenderungan konsumsi ini semakin terlihat di kalangan komunitas muda di kedai-kedai wedangan modern. Rata-rata responden mengatakan bahwa anak muda sekarang mulai ramai mengunjungi kedai wedangan pada musim atau malam hari, beberapa responden bahkan menyebutkan tempat wedangan modern kini sering dijadikan sebagai lokasi nongkrong, mengerjakan tugas, atau sekedar untuk menikmati waktu malam hari. Hal ini menggambarkan adanya perubahan kebutuhan akan konsumsi minuman jahe rempah di kota kudas, yang awalnya hanya untuk kebutuhan fisik, kini bergeser menjadi kebutuhan sosial di kalangan muda.

Kedai Jahe Rempah Sultan menjadi salah satu contoh usaha wedangan di Kudus yang memadukan nilai tradisional dengan sentuhan modern. Dengan menawarkan berbagai varian minuman. berbahan dasar jahe dan rempah dalam konsep tempat yang nyaman, usaha ini berupaya menarik minat konsumen dari berbagai kalangan. Kedai ini tetap mempertahankan ciri khas. penyajian minuman menggunakan gelas cangkir tradisional (gelas wedang seng), namun dengan tata ruang yang bersih dan tertata rapi sehingga tetap menarik bagi kalangan modern. Sebagai pelaku bisnis, tujuan utamanya adalah menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler, kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang yang muncul setelah ia membandingkan antara kinerja atau hasil yang diterima dengan harapan yang dimilikinya (Satriadi, 2021). Kesetiaan atau loyalitas pelanggan menurut Oliver (1997) dalam Ela Elliyana (2022), adalah komitmen yang berkelanjutan untuk membeli kembali produk yang disukai di masa depan, sehingga menciptakan pembelian produk/merek yang sama secara berulang. Konsumen yang merasa puas terhadap produk maupun layanan cenderung

melakukan pembelian berulang, sehingga kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlanjutan usaha.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dalam Kholilu Rohman et al., (2024), yang menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan kenyamanan tempat berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen serta kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang pada produk atau jasa yang sama. Berdasarkan hasil penelitian dalam Muhammad Ar Royan & Agus Setyawan (2023), juga terbukti bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, di mana loyalitas tersebut dapat memicu pembelian berulang di masa mendatang. Temuan ini memperkuat bahwa upaya Kedai Jahe Rempah Sultan dalam menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik, dan menciptakan suasana nyaman merupakan strategi penting untuk membangun kepuasan sekaligus loyalitas konsumen. Tujuan penelitian ini Untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap Kedai Jahe Rempah Sultan berdasarkan lima aspek kepuasan konsumen.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif guna memperoleh gambaran yang lebih utuh dan mendalam mengenai tingkat kepuasan konsumen di Kedai Jahe Rempah Sultan. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan secara pasti melalui skala penilaian, sedangkan pendekatan kualitatif berfungsi memperkaya pemahaman mengenai alasan, pengalaman, dan pandangan konsumen selama berinteraksi dengan produk maupun layanan kedai. Subjek penelitian terdiri dari 26 orang konsumen yang pernah membeli produk minimal satu kali, dipilih dengan teknik *purposive sampling* agar data yang diperoleh benar-benar berasal dari pengalaman nyata dan dapat mewakili persepsi konsumen secara umum. Pengumpulan data dilakukan secara online melalui *Google Form* sehingga partisipan dapat mengisi kuesioner secara fleksibel tanpa dibatasi ruang dan waktu.

Instrumen penelitian berupa kuesioner terstruktur yang memuat pertanyaan tertutup dan terbuka. Pertanyaan tertutup menggunakan skala 1–3 untuk mengukur tingkat kepuasan (1 = tidak puas, 2 = cukup puas, 3 = puas) serta skala yang sama untuk mengukur dampak kepuasan terhadap pembelian ulang (1 = tidak setuju, 2 = cukup setuju, 3 = setuju). Setiap aspek kepuasan (harga, kualitas produk, pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan) terdiri atas lima pertanyaan tertutup serta satu pertanyaan terbuka yang bertujuan menggali alasan dan pengalaman konsumen secara mendalam. Instrumen ini telah dikonsultasikan dengan dosen pembimbing sehingga memenuhi aspek validitas isi.

Prosedur penelitian dilakukan melalui penyusunan kuesioner, penyebaran kepada responden yang sesuai kriteria, dan analisis data. Data kuantitatif dianalisis menggunakan persentase untuk melihat kecenderungan jawaban, sedangkan data kualitatif digunakan untuk memperjelas dan memperkuat hasil kuantitatif melalui pemahaman terhadap alasan dan pengalaman konsumen secara langsung. Sepanjang proses penelitian, etika penelitian dijaga dengan memberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian kepada seluruh partisipan, menjamin kerahasiaan identitas, serta memastikan bahwa partisipasi bersifat sukarela dan data hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

C. Hasil dan Pembahasan

Sebanyak 26 responden berpartisipasi dalam pengisian kuesioner yang disebarkan kepada konsumen Kedai Jahe Rempah Sultan. Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, yaitu sebesar 65,4% (17 orang), sedangkan responden perempuan berjumlah 34,6% (9 orang). Jika dilihat dari usia, mayoritas responden berusia di bawah 20 tahun, yakni sebesar 73,1% (19 orang), disusul oleh kelompok usia 20–30 tahun sebanyak 19,2% (5 orang), usia 31–40 tahun sebesar 3,8% (1 orang), dan usia di atas 40 tahun juga sebesar 3,8% (1 orang). Dari segi frekuensi pembelian, sebagian besar responden merupakan pelanggan yang telah membeli produk lebih dari tiga kali, yaitu sebesar 80,8% (21 orang), sedangkan sisanya, yaitu 26,9% (7 orang), merupakan konsumen yang telah membeli sebanyak dua hingga tiga kali di Kedai Jahe Rempah Sultan.

Penelitian ini mengukur kepuasan konsumen berdasarkan pada 5 aspek, yakni harga, kualitas layanan, kualitas produk, emosional, dan kemudahan. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap lima pertanyaan yang diajukan untuk mengukur aspek kepuasan harga, mayoritas menyatakan tingkat kepuasan secara umum yang tinggi terhadap kebijakan harga di

Kedai Jahe Rempah Sultan, yakni sebesar 96,2%. Berikut rincian data penelitian aspek harga dipaparkan pada Tabel 1 di bawah ini:

No	Pertanyaan	Jawaban Berdasarkan Skala		
		1 (Tidak puas)	2 (Cukup puas)	3 (puas)
1	Harga produk di Kedai Jahe Rempah Sultan sepadan dengan kualitas yang diberikan.	-	3,8% (1 responden)	96,2% (25 responden)
2	Saya merasa harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan bersaing dengan tempat lain.	-	3,8% (1 responden)	96,2% (25 responden)
3	Penetapan harga di Kedai Jahe Rempah Sultan transparan dan mudah dipahami.	-	3,8% (1 responden)	96,2% (25 responden)
4	Saya menilai harga produk sesuai dengan manfaat/cita rasa yang saya rasakan.	-	3,8% (1 responden)	96,2% (25 responden)
5	Secara umum, saya puas dengan sistem dan kebijakan harga Kedai Jahe Rempah Sultan	-	3,8% (1 responden)	96,2% (25 responden)

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap lima pertanyaan yang digunakan untuk menilai kualitas layanan, sebagian besar responden merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kedai Jahe Rempah Sultan, dengan persentase mencapai 96,2%. Rincian data mengenai aspek kualitas layanan dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

No	Pertanyaan	Jawaban Berdasarkan Skala		
		1 (Tidak puas)	2 (Cukup puas)	3 (Puas)
1	Karyawan melayani pelanggan dengan sikap ramah dan profesional.	-	-	100% (26 responden)
2	Saya merasa dilayani dengan cepat dan tidak perlu menunggu lama	-	3,8% (1 responden)	96,2% (25 responden)
3	Karyawan menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)
4	Karyawan mampu menjelaskan informasi produk secara jelas	-	15,4% (4 responden)	84,6% (22 responden)
5	Secara keseluruhan, saya merasa pelayanan di Kedai Jahe Rempah Sultan	-	3,8% (1 responden)	96,2% (25 responden)

memuaskan.

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap lima pertanyaan yang digunakan untuk menilai aspek kepuasan harga, sebagian besar responden menunjukkan tingkat kepuasan produk secara keseluruhan yang tinggi di Kedai Jahe Rempah Sultan, dengan persentase mencapai 92,3%. Rincian data terkait aspek harga disajikan pada Tabel 3 berikut:

No	Pertanyaan	Jawaban Berdasarkan Skala		
		1 (Tidak puas)	2 (Cukup puas)	3 (Puas)
1	Produk jahe rempah memiliki rasa dan aroma yang khas serta konsisten.	-	15,4% (4 responden)	84,6% (22 responden)
2	Produk pendamping yang ditawarkan menarik dan beragam	3,8% (1 responden)	11,5% (3 responden)	84,6% (22 responden)
3	Kemasan produk menarik dan melindungi isi dengan baik.	-	19,2% (5 responden)	80,8% (21 responden)
4	Produk disajikan dengan kondisi bersih dan higienis.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)
5	Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap lima pertanyaan yang digunakan untuk mengukur aspek kepuasan emosional, diperoleh hasil bahwa mayoritas responden menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pengalaman emosional yang menarik konsumen untuk kembali lagi ke Kedai Jahe Rempah Sultan, yakni sebesar 92,3%. Rincian data penelitian mengenai aspek emosional tersebut disajikan pada Tabel 4 berikut:

No	Pertanyaan	Jawaban Berdasarkan Skala		
		1 (Tidak puas)	2 (Cukup puas)	3 (Puas)
1	Saya merasa nyaman ketika berada atau berbelanja di Kedai Jahe Rempah Sultan.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)
2	Suasana kedai menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi saya.	-	11,5% (3 responden)	88,5% (23 responden)
3	Produk Kedai Jahe Rempah Sultan membuat saya merasa lebih rileks atau bersemangat.	-	11,5% (3 responden)	88,5% (23 responden)
4	Saya memiliki kesan positif terhadap citra Kedai Jahe Rempah Sultan.	-	11,5% (3 responden)	88,5% (23 responden)

5	Pengalaman saya di kedai ini membuat saya ingin kembali lagi.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)
---	---------------------------------------------------------------	---	--------------------	----------------------

Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap lima pertanyaan yang digunakan untuk menilai aspek kemudahan, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka merasa bahwa kemudahan yang ditawarkan di kedai jahe rempah sultan membuat mereka puas, yakni sebesar 84,6%. Secara lebih rinci, data mengenai aspek kemudahan disajikan pada Tabel 5 berikut:

No	Pertanyaan	Jawaban Berdasarkan Skala		
		1 (Tidak puas)	2 (Cukup puas)	3 (Puas)
1	Lokasi Kedai Jahe Rempah Sultan mudah ditemukan dan dijangkau.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)
2	Proses pemesanan dan pembayaran berlangsung cepat dan sederhana.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)
3	Informasi produk mudah diperoleh, baik secara langsung maupun online.	-	19,2% (5 responden)	80,8% (21 responden)
4	Tersedia pilihan pembelian yang fleksibel (misalnya: dine-in, take away, atau online. Pilihan pembayaran, misalnya tunai dan non-tunai).	-	19,2% (5 responden)	80,8% (21 responden)
5	Secara keseluruhan, saya merasa kemudahan di Kedai Jahe Rempah Sultan mendukung kepuasan saya sebagai konsumen.	-	15,4% (4 responden)	84,6% (22 responden)

Setelah dilakukan pengukuran kepuasan berdasarkan lima aspek, tahap selanjutnya adalah menilai sejauh mana tingkat kepuasan tersebut memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian ulang di Kedai Jahe Rempah Sultan. Berdasarkan hasil tanggapan responden, kepuasan secara keseluruhan terhadap kelima aspek di Kedai Jahe Rempah Sultan menunjukkan hubungan yang positif, di mana rasa puas mendorong konsumen untuk kembali membeli, dengan persentase sebesar 92,3%. Secara lebih rinci, data mengenai dampak kepuasan terhadap keinginan untuk melakukan pembelian berulang disajikan pada Tabel 6 berikut:

No	Pertanyaan	Jawaban Berdasarkan Skala		
		1 (Tidak setuju)	2 (Cukup setuju)	3 (Setuju)
1	Saya merasa pengalaman positif di Kedai Jahe Rempah Sultan membuat saya ingin membeli kembali produknya.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)

2	Kepuasan saya terhadap harga, pelayanan, dan kualitas produk mendorong saya untuk menjadi pelanggan tetap.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)
3	Saya cenderung merekomendasikan Kedai Jahe Rempah Sultan kepada teman atau keluarga karena kepuasan saya.	3,8% (1 responden)	3,8% (1 responden)	92,3% (24 responden)
4	Setiap kali ingin menikmati minuman jahe rempah, saya memilih Kedai Jahe Rempah Sultan dibandingkan tempat lain.	-	15,4% (4 responden)	84,6% (22 responden)
5	Secara keseluruhan, kepuasan saya terhadap Kedai Jahe Rempah Sultan memengaruhi keputusan saya untuk melakukan pembelian berulang.	-	7,7% (2 responden)	92,3% (24 responden)

Selain pengukuran kepuasan dan pengaruhnya terhadap keinginan pembelian ulang melalui skala, penelitian ini juga dilengkapi dengan pendekatan kualitatif melalui pertanyaan terbuka pada setiap aspek kepuasan dan dampaknya. Langkah ini bertujuan untuk menggali lebih dalam alasan serta pengalaman pribadi responden sebagai konsumen di Kedai Jahe Rempah Sultan. Jawaban yang diperoleh kemudian dikelompokkan berdasarkan masing-masing aspek pengukuran, sehingga terbentuk enam kategori utama, yaitu harga, pelayanan, produk, emosional, kemudahan, dan pembelian berulang.

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai aspek harga, secara umum dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen menilai harga produk di Kedai Jahe Rempah Sultan sudah terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Banyak responden menyebutkan bahwa harga minuman dan makanan di kedai ini tergolong murah, bahkan ramah di kantong pelajar, namun tetap menawarkan kualitas yang baik. Sebagian besar responden menyarankan agar harga dan kualitas produk tetap dipertahankan, karena keduanya dinilai sebagai faktor utama yang menarik konsumen untuk kembali berkunjung. Meskipun demikian, beberapa responden memberikan saran agar kedai dapat menambahkan variasi menu, menjaga konsistensi rasa, dan sesekali memberikan promo atau diskon agar semakin menarik minat pelanggan.

"Menurut saya, harga produk di Kedai Jahe Rempah Sultan sudah cukup sesuai dengan kualitasnya. Mungkin bisa dipertahankan, tapi akan lebih menarik kalau ada promo atau diskon berkala biar makin diminati."

"Harga produk di jahe rempah sultan sudah sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan, kualitas produk dan cita rasa perlu dipertahankan."

"Harga di kedai jahe rempah sultan sangat terjangkau oleh pemuda yang super irit seperti kita. walaupun di harga yang tergolong murah tetapi, rasa makanan dan minuman di jahe rempah sultan tetap bisa bersaing dengan pedagang lain."

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai aspek kualitas layanan, secara umum dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen merasa puas dengan pelayanan di Kedai Jahe Rempah Sultan. Banyak responden menyebutkan bahwa karyawan kedai melayani dengan ramah, profesional, dan cepat, sehingga menciptakan pengalaman berkunjung yang menyenangkan. Para pegawai juga dinilai murah senyum, sopan, dan mudah diajak berinteraksi,

sehingga suasana di kedai terasa akrab dan hangat pelanggan tidak hanya diperlakukan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai teman.

Selain itu, beberapa responden juga menyoroti bahwa pelayanan yang cepat dan kebersihan tempat yang terjaga menjadi nilai tambah yang penting. Karyawan di Kedai Jahe Rempah Sultan disebut tanggap dalam melayani pesanan serta menjaga kenyamanan area duduk, menjadikan pengalaman berkunjung semakin memuaskan. Secara keseluruhan, pelayanan di kedai ini dianggap profesional dan ramah, hal ini menjadi salah satu faktor utama yang membuat pelanggan merasa betah dan ingin kembali.

“Untuk pelayanan di jahe rempah sultan sangat tidak di ragukan lagi, saat kita selesai memesan makan/minuman pekerja di jahe rempah sultan langsung dengan sigap membuatkan pesanan kita. selesai customer menempati meja dan kursi, pekerja di jahe rempah sultan sigap untuk membersihkan meja maupun kursi yang selesai terpakai.”

“Pelayanannya sudah bagus, disana juga kita tidak hanya sebagai customer, tapi disana kita bisa menjadi teman. dan itu yang saya suka dari kedai jahe rempah sultan.”

Berdasarkan hasil tanggapan responden mengenai aspek kualitas produk, secara umum dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen merasa puas dengan produk yang ditawarkan di Kedai Jahe Rempah Sultan. Banyak responden menyebutkan bahwa jahe rempah memiliki rasa khas dan konsisten, produk pendamping yang ditawarkan cukup menarik, kemasan produk baik dan melindungi isi dengan baik, penyajian juga dilakukan dalam kondisi bersih dan higienis.

Meskipun demikian, beberapa responden menyampaikan bahwa perlu menjaga rasa agar tetap konsisten di masa depan, variasi produk juga masih dapat ditingkatkan agar lebih menarik, misalnya menu makanan dan cemilan di kedai juga disarankan untuk ditambah, contohnya basreng, dan lain-lain. Sehingga pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dan pengalaman yang lebih beragam saat berkunjung.

“Jahe rempah susu, Mungkinnn dari segi rasa ditingkatkan lagi supaya rasanya konsisten tidak berubah ubah”

“Rasanya yang nikmat dibandingkan pesaing nya dan harga yang lebih terjangkau dan yang harus di tingkatkan mungkin jajan2nya harus lebih variatif lagi”

Berdasarkan pendapat para responden, pengalaman dan suasana di Kedai Jahe Rempah Sultan dinilai menyenangkan. Banyak pelanggan merasa tempat ini nyaman dan cocok untuk bersantai dan berkumpul bersama teman. Lokasinya yang berada di tengah kota Kudus membuat pengunjung bisa menikmati suasana malam di kota. Beberapa responden juga mengatakan bahwa kedai ini adalah tempat yang penuh kenangan dan kebersamaan, di mana mereka bisa berkumpul dan bersantai bersama teman, ada pula yang merasa nostalgia ketika berkunjung ke kedai ini.

“Nongkrong sama temen sekelas si berasa nostalgia aja kayak kemarin kita satu kelas alumni 12 tm 2 melaksanakan acara bukber di kedai jahe rempah, itu seru banget si, tapi sayang nggak satu kelas full, saya ngerti juga alumni sudah pada sibuk masing², pokoknya pengalaman ter the best di sultan jahe si...”

“karna berada di pinggir jalan jadi saya merasa tenang karna bisa lihat kendaraan yang berlalu lalang, dan karna dekat alun alun jadi seperti punya vibes sendiri tempatnya”

Berdasarkan tanggapan responden mengenai aspek kemudahan, sebagian besar konsumen menilai bahwa sistem pembelian dan pembayaran di Kedai Jahe Rempah Sultan sudah tergolong mudah dan sesuai dengan kebutuhan. Banyak responden mengapresiasi tersedianya opsi pembayaran tunai maupun non-tunai yang dianggap sangat membantu, terutama bagi kalangan muda seperti generasi Z yang suka melakukan pembayaran non-tunai. Selain itu, lokasi kedai yang strategis di pusat kota juga dinilai mempermudah konsumen untuk berkunjung karena mudah dijangkau dari berbagai arah. Tetapi, meskipun sebagian besar responden merasa puas, terdapat beberapa masukan untuk peningkatan kemudahan, seperti penambahan sistem pemesanan online atau layanan *delivery* agar pelanggan bisa memesan secara online.

"Tempat yang strategis mudah di jangkau, yaitu di alun2 pusat kota sehingga mudah di temukan"

"Jahe rempah menyediakan pembayaran secara digital atau cash, jadi sangat memudahkan pelanggan saat pembayaran"

"Kemudahan merut saya kurang, karena belum ada pemesanan secara online"

Berdasarkan jawaban responden mengenai alasan melakukan pembelian berulang, sebagian besar menyebutkan bahwa cita rasa produk menjadi faktor utama yang mendorong mereka untuk kembali ke Kedai Jahe Rempah Sultan. Rasa jahe dan rempah yang enak, variasi menu yang beragam, termasuk mie kuah dan minuman seperti jahe rempah susu atau es jeruk juga menambah minat tersendiri bagi pelanggan.

Faktor lain yang turut memengaruhi keinginan pembelian ulang adalah suasana kedai yang nyaman, lokasi yang strategis di pusat kota, serta keramahan penjual yang meninggalkan pengalaman positif bagi pengunjung. Bagi sebagian responden, kebersamaan dengan teman, suasana santai, hingga adanya hiburan seperti karaoke turut memperkuat keinginan untuk kembali ke kedai jahe rempah sultan. Secara keseluruhan, pengalaman konsumen di Kedai Jahe Rempah Sultan tidak hanya didukung oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kenyamanan tempat dan interaksi sosial di dalamnya.

"Karna di sini jahenya enak, terus juga tempatnya nyaman jadi saya suka ingin kembali ke jahe rempah lagi"

"Pertama, karena disitu lokasi strategis, kedua pemiliknya adalah temen sekelas harus support bisnis teman si wkwk, ketiga temen nongkrongnya asik"

"Mie nya enak si, dan tiap kesana pasti pesennya mie kuah"

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kepuasan konsumen dengan keinginan untuk melakukan pembelian ulang di Kedai Jahe Rempah Sultan. Temuan ini menegaskan bahwa menjaga tingkat kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen. Hal ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya (Indrawati, 2018; Yum & Yoo, 2023) dalam Erlis Ariningtyas & Ida Ayu Kade Rachmawati (2020) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan penting dalam meningkatkan loyalitas, di mana pelanggan yang merasa puas akan cenderung melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk kepada orang lain.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller (2016), yakni saat model *stimulus, organism, response*. *stimulus* disini diartikan sebagai pengalaman positif, cita rasa yang baik, pelayanan yang ramah, dan harga yang sesuai dapat memicu respon internal berupa kepuasan emosional yang kemudian menghasilkan perilaku pembelian berulang. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Septian & Handaruwati (2021) dalam Rahmandika & Rohman (2022) yang menjelaskan bahwa pengalaman konsumen (*customer experience*) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena pengalaman positif menciptakan ikatan emosional antara konsumen dan merek.

Hal ini juga didukung oleh teori kepuasan konsumen menurut Oliver (1997) dalam Ela Elliyana (2022). Oliver menyebutkan bahwa kepuasan muncul ketika harapan konsumen terpenuhi atau terlampaui. Dalam kasus penelitian ini, responden mengungkapkan bahwa kelima aspek kepuasan yang diukur sudah sesuai ekspektasi, sehingga konsumen merasa puas. Hal ini sebagaimana diungkapkan oleh responden:

"Harga produk sudah cukup terjangkau, dari segi pelayanan dan makanan sudah cukup baik."

"Pengalaman saya dengan pelayanan di kedai jahe rempah sangat memuaskan, ramah terhadap pembeli dan selalu menjaga kebersihan kedai"

“Keunggulan jahe rempah sultan yaitu produk jahe rempahnya, dengan harga yang sangat terjangkau tetapi rasa cukup bisa membuat pelanggan puas”

Meskipun tingkat kepuasan konsumen di Kedai Jahe Rempah Sultan sudah tergolong tinggi, pengembangan tetap perlu dilakukan untuk mempertahankan sekaligus meningkatkan kepuasan pelanggan di masa mendatang. Beberapa upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan menambah variasi menu serta melakukan promosi dan memberikan fasilitas pemesanan secara online. Promosi online sendiri merupakan bentuk promosi yang memanfaatkan teknologi internet sebagai media untuk menyampaikan pesan kepada banyak orang secara cepat dan simultan dalam jangka waktu tertentu (Hermawan, 2012) dalam Anditya & Suwandi (2023). Layanan pembelian daring menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan karena dapat memberikan kenyamanan lebih bagi pelanggan, memperluas jangkauan pasar, sekaligus menjadi sarana promosi yang efektif. Hal ini sejalan dengan temuan Mhd Dicky Syahputra Lubis et al., (2020) yang menyatakan bahwa pemanfaatan platform online mampu meningkatkan kemudahan pelanggan dalam melakukan pemesanan serta memperkuat strategi promosi bagi pelaku usaha.

“Sudah cukup mudah, tapi bisa ditingkatkan dengan sistem pemesanan online biar lebih praktis.”

“Kurang nya pembelian secara online dan harus di tingkatkan lagi”

Dari sisi psikologi konsumen, perilaku pembelian berulang di kedai jahe rempah terbukti menunjukkan adanya motivasi untuk memenuhi dorongan fisiologis dan memenuhi kebutuhan sosial, seperti yang dijelaskan dalam teori Hierarki Maslow (1943) dalam Bari & Hidayat (2022). Kebutuhan fisiologis yang dimaksud adalah kebutuhan untuk memuaskan rasa haus, lapar, dan keinginan untuk menghangatkan tubuh dengan minuman jahe rempah, sedangkan kebutuhan sosial yang dimaksudkan adalah keinginan untuk sekedar berkumpul bersama teman di kedai jahe rempah sultan. Seperti yang diungkapkan oleh beberapa responden berikut:

“Menambah kesehatan badan dan meredakan penyakit batuk”

“Jahe rempah bukan hanya sekedar tempat minum saja, tempat itu lebih dari itu tempat yang memiliki sejuta kenangan bersama2 banyak cerita yang berawal dari sana, tempat di mana saya berkumpul dengan sahabat2 saya. Tempat di mana saya bisa bahagia tertawa bahkan pun bersedih, aku harap jahe sultan tetap jayaaa”

Temuan ini juga sesuai dengan hasil penelitian Muhammad Reykhan & Wahdiyat Moko (2022) bahwa faktor psikologis dan sosial seperti motivasi, kelompok referensi, serta lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk perilaku konsumsi dan keputusan pembelian konsumen.

Dari sisi sosial dan budaya sendiri fenomena anak muda yang mengonsumsi minuman jahe rempah menunjukkan adanya transformasi budaya konsumsi di kalangan anak muda kudu. Kedai jahe rempah tak lagi dipandang sebagai tempat minuman sehat semata, saat ini kedai jahe rempah sudah bergeser menjadi tempat nongkrong dan titik kumpul untuk kaum muda. Hal ini sesuai dengan konsep teori *conspicuous consumption* dari Veblen (1899) dalam Indra Setia Bakti et al. (2020), dimana kegiatan konsumsi minuman jahe rempah di kalangan kaum muda kini menjadi bentuk gaya hidup yang mulai berkembang. Fenomena ini juga dapat didukung oleh teori sosial Albert Bandura (1977) dalam Tullah & Amiruddin (2020), saat perilaku konsumsi terbentuk karena pengaruh dari lingkungan sosial, individu akan mengikuti perilaku dari lingkungan di sekitarnya. Seperti yang terjadi pada konsumen kedai jahe rempah sultan, beberapa dari responden menyebutkan bahwa mereka datang ke kedai karena mengikuti teman-teman mereka yang berkumpul di sana.

“Produk nya yang enak, tempat nya yang nyaman dan strategis, serta ada teman-teman disana yang menjadi tujuan saya selalu ingin membeli kembali produk kedai jahe rempah sultan”

“Selain karna jahe rempahnya enak, disana saya bertemu teman” saya”.

menjadi salah satu contoh usaha lokal yang mampu menyesuaikan diri dengan Temuan ini sejalan dengan penelitian Levy & Weitz (2009) dalam Erlis Ariningtyas & Ida Ayu Kade Rachmawati (2020) yang menjelaskan bahwa elemen fisik seperti kenyamanan, desain tempat, serta atmosfer sosial dapat menciptakan nilai emosional bagi konsumen, yang pada akhirnya memperkuat niat pembelian ulang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen di Kedai Jahe Rempah Sultan tidak hanya dipengaruhi oleh kepuasan konsumen saja, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial. Untuk sisi pengusaha, hal ini menjadi masukan penting bagi pengelola untuk terus menjaga cita rasa produk, pelayanan yang ramah, dan suasana tempat yang nyaman karena ketiganya menjadi alasan utama pelanggan untuk kembali. Ke depannya, pengembangan bisa difokuskan pada peningkatan kemudahan layanan, misalnya lewat sistem pemesanan digital dan promosi yang melibatkan merchant online agar memudahkan konsumen dalam pembelian.

Bagi konsumen, hasil ini dapat menjadi pengingat bahwa keputusan membeli tidak hanya berdasarkan kebutuhan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh perasaan dan lingkungan sosial. Kedai Jahe Rempah Sultan selera anak muda tanpa meninggalkan nilai tradisionalnya.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen di Kedai Jahe Rempah Sultan tergolong tinggi dan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian ulang. Lima aspek kepuasan yaitu harga, kualitas produk, pelayanan, aspek emosional, dan kemudahan terbukti menjadi faktor utama yang mendorong loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen tidak hanya muncul dari kualitas produk dan pelayanan, tetapi juga dari pengalaman emosional serta interaksi sosial yang terjadi di kedai.

Hasil ini menegaskan bahwa dalam konteks usaha kuliner lokal, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh pemenuhan kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh keterikatan psikologis dan sosial yang terbangun melalui pengalaman positif. Oleh karena itu, menjaga kualitas rasa, menciptakan kenyamanan tempat, serta membangun hubungan sosial yang baik dengan pelanggan menjadi strategi penting untuk mempertahankan keberlanjutan dan daya saing usaha.

E. Referensi

- Agustina, M., Sarwili, I., Masyaroh, S., Solehudin, Purnamasari, R., & Rijaludin, C. (2022). Pemanfaatan tanaman herbal jahe menjadi minuman jahe untuk meningkatkan imunitas tubuh di era pandemi COVID-19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8–11. <https://covid19.go.id/peta-sebaran>
- Anditya, R., & Suwandi, J. (2023). Wedangan Omah Lawas Sragen: Consumer decision analysis in terms of instagrammable places, product innovation and online promotion through social media. *ICEISS*, 226–236.
- Andrian, C. I., Jumawan, & Nursal, F. (2022). *Perilaku konsumen* (R. Iye & E. D. Widyawaty, Eds.). Rena Cipta Mandiri. <https://share.google/Q1jbYXEVtvh7EVihQ>
- Bari, A., & Hidayat, R. (2022). Teori hirarki kebutuhan Maslow terhadap keputusan pembelian merek gadget. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7, 8–14. <http://jurnal.um-palembang.ac.id/motivasi>
- Pamela, D. A. (2023). Adaptasi invasi kuliner asing dari masifnya serangan budaya pop luar lewat film dan musik. *Liputan6.com*. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5405772/adaptasi-invasi-kuliner-asing-dari-masifnya-serangan-budaya-pop-luar-lewat-film-dan-musik?page=4>
- Elliyana, E., et al. (2022). *Dasar-dasar pemasaran*. Ahlimedia Press.
- Ariningtyas, E., & Rachmawati, I. A. K. (2020). Menguji pengaruh keragaman menu, kualitas produk, store atmosphere, dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Wedangan Jimboeng. *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 7(1), 115–123. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent>
- Goutama, E. W., Leoparjo, F., & Soediro, M. (2017). The effect of effort expectancy, performance expectancy, and social influence on behavioral intention: Study on the implementation of a

- digital menu at Wedangan Echo, Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 10, 1361–1372.
- Halim, I. O., Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. (2023). Konsumsi minuman herbal dan probiotik di kalangan mahasiswa pada masa pandemi COVID-19. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 20(2), 246. <https://doi.org/10.20961/sepa.v20i2.60678>
- Bakti, I. S., Anismar, & Amin, K. (2020). Pamer kemewahan: Kajian teori konsumsi Thorstein Veblen. *Jurnal Sosiologi USK*, 14, 81.
- Rohman, K., Sumaryanto, & Susanti, R. (2024). Pengaruh word of mouth dan product quality terhadap kepuasan pelanggan dengan harga sebagai variabel moderasi (Survei pada pelanggan Omah Wedangan di Mojosoongo Surakarta). *Jurnal Manuhara: Pusat Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(4), 283–296. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i4.1242>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lubis, M. D. S., Waruwu, T. S., & Lase, D. (2020). Perancangan dan pembuatan aplikasi pemesanan makanan online berbasis Android. *Jurnal Mahajana Informasi*, 5(1), 29–35.
- Muhammad Ar Royan, H., & Setyawan, A. (2023). The influence of customer satisfaction and service quality on customer loyalty at Moh Yamin's Wedangan. *Enrichment: Journal of Management*, 13(5), 3323–3332.
- Reykhan, M., & Moko, W. (2022). Pengaruh kualitas layanan, citra merek, persepsi harga, dan kelompok referensi terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1, 80–91. <https://doi.org/10.21776/jmppk>
- Rahmandika, M. D., & Rohman, F. (2022). Pengalaman pelanggan, ulasan pelanggan secara daring, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.9>
- Imam, S. A., Setyowati, N., & Khomah, I. (2020). Analisis faktor-faktor marketing mix (7P) terhadap keputusan pembelian konsumen pada Wedangan Lawang Djoendjing di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*, 4, 918–929. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2020.004.04.19>
- Satriadi, W. E. H. L. S. N. (2021). *Manajemen pemasaran*. Samudra Biru.
- Soviyanti, E., & Khairani, Z. (2024). *Manajemen pemasaran* (Z. Khairani, Ed.). LPPM Unilak. <http://www.lppm.unilak.ac.id>
- Tullah, R., & Amiruddin. (2020). Penerapan teori sosial Albert Bandura dalam proses belajar. *Jurnal Pendidikan Islam*, 6(1), 48.
- Kurniyawati, W., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2018). Pengaruh experiential marketing terhadap pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (Survei pada konsumen Wedangan di Mojosoongo Surakarta). *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 18, 13–23.
- Arrokhim, Y., Chusnah, M., & Qomariah, U. K. N. (2023). Pola konsumsi minuman remaja pada masa pandemi di Kecamatan Ngimbang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 6(1), 19–24.