

PAPER NAME

Pengaruh Variasi Menu dan Cita.pdf

AUTHOR

Andini Putri

WORD COUNT

14075 Words

CHARACTER COUNT

86364 Characters

PAGE COUNT

101 Pages

FILE SIZE

2.2MB

SUBMISSION DATE

Jan 8, 2024 9:54 AM GMT+7

REPORT DATE

Jan 8, 2024 9:55 AM GMT+7

● 21% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

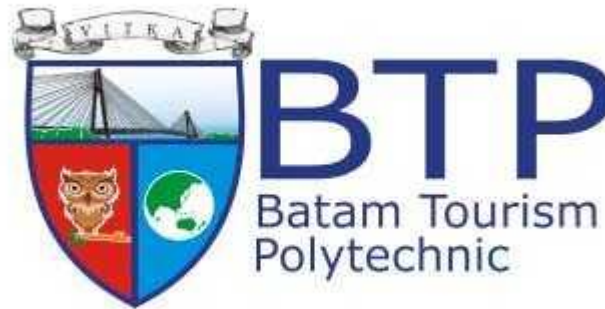
- 15% Internet database
- 5% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 18% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Small Matches (Less than 15 words)

**PENGARUH VARIASI MENU DAN CITA RASA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN AYAM PATUIH
KOTA PARIAMAN**

PROYEK AKHIR



**OLEH
ANDINI PUTRI
NIM. 2020030067**

**POGRAM STUDI MANAJEMEN KULINER
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
2023**



**PENGARUH VARIASI MENU DAN CITA RASA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN AYAM PATUIH
KOTA PARIAMAN**

5

PROYEK AKHIR
Diajukan kepada
Politeknik Pariwisata Batam
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program Diploma IV
Manajemen Kuliner

OLEH

ANDINI PUTRI

NIM. 2020030067

**POGRAM STUDI MANAJEMEN KULINER
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Sidang proyek akhir oleh Andini Putri ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujinkan.

Batam, 8 Januari 2024
Pembimbing,

Dr. Agung Edy Wibowo, SE., M.Si
NIDN.1005067004

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andini Putri

NIM : 2020030067

Program Studi : Manajemen kuliner

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proyek akhir ini yang saya tulis adalah tulisan dari saya sendiri dan tidak melakukan plagiasi baik keseluruhan maupun sebagian.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa proyek akhir ini hasil plagiasi baik secara keseluruhan maupun Sebagian, maka saya bersedia menerima sanksi atass perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Batam, 8 Januari 2024

Yang membuat pernyataan

Andini Putri

ABSTRAK

Peningkatan restoran atau rumah makan di Sumatra Barat tepatnya di Kota Pariaman terus meningkat berdasarkan BPS Sumatra Barat, hal ini menjadi daya tarik sebagai objek penelitian karena tingkat daya saing yang makin banyak. Objek penelitian ini berada di Restoran Ayam Patuih di Kota Pariaman yang dimana jumlah konsumen yang data dari bulan Maret 2023 sampai Agustus 2023 mengalami fluktuasi, sehingga perlu diketahui hal yang dapat mempengaruhi faktor keputusan pembelian yang dilakukan konsumen Restoran Ayam Patuih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi menu dan cita rasa terhadap keputusan pembelian. Dimana diketahui, variasi menu yang dimiliki restoran ayam patuih sangat banyak 189 menu, tetapi dalam variasi menu yang banyak ada beberapa menu yang menjadi *best seller* dan ada menu yang jarang dibeli dan hal ini juga berpengaruh terhadap indikator cita rasa yang ada di ayam patuih. Jenis penelitian ini yaitu kuantitatif dan teknik pengambilan data menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *simple random sampling* dengan sample 100 responden. Data dalam penelitian ini berasal dari observasi, penyebaran kuesioner, wawancara, dan dokumen. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis linear berganda dan menggunakan aplikasi SPSS 19. Hasil pada penelitian ini menyatakan H_1 variasi menu berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan H_2 cita rasa berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. H_3 variasi menu dan cita rasa secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara simultan. Variasi Menu (x_1) dan variabel Cita Rasa (X_2) mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) 62,2%. Sedangkan sisanya sebanyak 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Kata kunci : Variasi Menu, Cita Rasa, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The increase in restaurants or eateries in West Sumatra, specifically in Pariaman City, continues to increase according to the West Sumatra BPS, this has become attractive as a research object because the level of competitiveness is increasing. The object of this research is the Ayam Patuih Restaurant in Pariaman City, where the number of consumers with data from March 2023 to August 2023 has fluctuated, so it is necessary to know things that can influence purchasing decision factors made by Ayam Patuih Restaurant consumers. This research aims to determine the influence of menu variations and tastes on purchasing decisions. It is known that the variety of menus that the Ayam Patuih Restaurant has a varied 189 menus, but in the large variety of menus there are several menus that are best sellers and there are menus that are rarely purchased and this also affects the taste indicators of the Ayam Patuih. This type of research is quantitative and the data collection technique uses a probability sampling technique, namely simple random sampling with a sample of 100 respondents. The data in this research comes from observations, distributing questionnaires, interviews and documents. The data analysis technique used in this research uses multiple linear analysis and uses the SPSS 19 application. The results of this research state that H_1 menu variations have a significant and influential effect on purchasing decisions and H_2 taste has a partial and significant effect on purchasing decisions. H_3 Menu variations and flavors simultaneously have a significant effect on purchasing decisions simultaneously. Menu variations (X_1) and taste variables (X_2) influence purchasing decisions (Y) 62.2%. Meanwhile, the remaining 37.8% was influenced by other factors not included in this study.

Keywords: Menu variations, taste, purchasing decisions

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia, rahmat dan hidayah yang diberikan. Sehingga penulis dapat menyelesaikan proyek akhir dengan judul “Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman”. Proyek akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen Kuliner di Politeknik Pariwisata Batam.

Penulis menyadari bahwa selesainya proyek akhir ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak yang terus memberikan semangat dan bimbingan serta saran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat.

1. Bapak M. Nur A Nasution, S.Sos., CHA, selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.
2. Ibu Rosie Oktavia Puspita Rini, MM.Par, selaku Ketua Program Studi Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.
3. Bapak Dr. Agung Edy Wibowo, selaku Dosen Pembimbing Politeknik Pariwisata Batam yang telah memberikan dukungan dalam proses pembelajaran dan penyelesaian proyek akhir.

4. Seluruh dosen Manajemen Kuliner, Manajemen Tata Hidang, dan Manajemen Divisi Kamar dan seluruh jajaran staf akademik di Politeknik Pariwisata Batam
5. Mama dan Papi yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat kepada penulis selama menyelesaikan proyek akhir.
6. Adil, Gama, Sofi, Fathir, dan Adit, selaku adik penulis yang telah memberikan semangat dan doanya dalam menyelesaikan proyek akhir.
7. Rachma, Reza, Azzah, selaku sahabat penulis yang telah memberikan semangat, dukungannya, dan doa dalam menyelesaikan proyek akhir.
8. Salwa, Lindy, Putri, Tari, Alya, Bella yang telah memberikan semangat, dukungannya, dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan proyek akhir.
9. Seluruh teman-teman seperjuangan Angkatan 2020 yang selalu memberikan semangat dan juga motivasi kepada penulis agar dapat menyelesaikan proyek akhir ini tepat waktu.

Penulis berharap semoga proyek akhir ini dapat memberikan manfaat bagi yang membacanya, khususnya mahasiswa Politeknik Pariwisata Batam.

Batam, 8 Januari 2024

Andini Putri

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Bagi Penulis	7
1.5.2 Manfaat Bagi Institusi	7
1.5.3 Manfaat Bagi Pemilik Restoran	8
1.6 Definisi Istilah	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Teori Variasi Menu	10
2.1.1 Definisi Variasi Menu.....	10
2.1.2 Indikator Variasi Menu	10
2.2 Teori Cita Rasa.....	11
2.2.1 Definisi Cita Rasa	11
2.2.2 Indikator Cita Rasa.....	12
2.3 Teori Keputusan Pembelian	13
2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	13
2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.4 Kajian Empiris	16
2.5 Kerangka Berpikir.....	18
2.6 Hipotesis Penelitian	19
BAB III METOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Populasi dan Sampel	20
3.3 Operasional Variabel.....	22
3.3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	22
3.3.2 Skala Pengukuran Variabel	24

50	3.3.3 Jenis Data	25
	3.4 Metode Pengumpulan Data	26
	3.4.1 Kuesioner	26
5	3.4.2 Wawancara	26
	3.4.3 Observasi	26
	3.4.4 Dokumen	27
	3.5 Teknik Analisis Data	27
	3.5.1 Statistik Deskriptif	27
	3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	28
	3.5.3 Uji Asumsi Klasik	30
	3.5.4 Uji Regresi Linear Berganda	31
	3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	33
	BAB IV PEMBAHASAN	34
	4.1 Profil Restoran Ayam Patuih	34
	4.1.1 Sejarah Singkat	34
	4.2.2 Variasi menu Ayam Patuih	35
24	4.2 Hasil Penelitian	37
	4.2.1 Deskripsi Responden	37
	4.2.2 Analisis Deskriptif	39

4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
1 4.2.4 Uji Asumsi Klasik	47
4.2.5 Analisis Linear Berganda	49
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis	50
4.2.7 Hasil Pembahasan Penelitian	53
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Maret 2023 - Agustus 2023	43
Tabel 2. 1 Kajian Empiris	16
Tabel 3. 1 Total Pengunjung	21
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	23
Tabel 3. 3 Skala Likert	25
Tabel 3. 4 Skala LSR	28
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variasi Menu.....	29
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Cita Rasa	29
Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	29
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4. 1 Data Deskriptif Variasi Menu	40
Tabel 4. 2 Data Deskriptif Cita Rasa	41
Tabel 4. 3 Data Deskriptif Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variasi Menu.....	43
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Cita Rasa	44
Tabel 4. 6 Hasil Data Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolineritas	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji t)	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji f).....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Derteminasi.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Restoran Ayam Patuih.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	18
Gambar 4. 1 Restoran Ayam Patuih.....	34
Gambar 4. 2 Ayam Bakar.....	35
Gambar 4. 3 Ayam Penyet	35
Gambar 4. 4 Ayam Geprek	36
Gambar 4. 5 Ayam Patuih.....	36
Gambar 4. 6 Lele Goreng.....	36
Gambar 4. 7 Diagram responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
Gambar 4. 8 Diagram responden berdasarkan usia.....	38
Gambar 4. 9 Diagram responden berdasarkan pekerjaan.....	38
Gambar 4. 10 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Izin Observasi	60
Lampiran 2 : Surat Izin Observasi	60
Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 4 : Pedoman Wawancara	66
Lampiran 5 : Tabel Tabulasi Penelitian	68
Lampiran 6 : Menu Restoran Ayam Patuih	69
²⁶ Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas	72
Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas	74
Lampiran 9 : Hasil Uji Normalitas.....	75
Lampiran 10 : Hasil Uji Multikolineritas.....	77
Lampiran 11 : Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	77
Lampiran 12 : Hasil Uji Parsial (Uji t).....	78
Lampiran 13 : Hasil Uji F	78
Lampiran 14 : Dokumentasi Penelitian.....	79
Lampiran 15 : Data Penjualan Ayam Patuih Bulan Agustus 2023	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era ini, pertumbuhan ekonomi yang pesat menyebabkan banyak pengusaha yang membuka bisnis dibidang kuliner pada setiap daerah, salah satunya kota Pariaman Sumatera Barat. Ditunjukkan dengan adanya data peningkatan jumlah usaha kuliner pada setiap tahunnya di kota Pariaman. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat (BPS), pada tahun 2020 terdapat 65 rumah makan atau restoran, pada tahun 2021 terdapat 90 rumah makan atau restoran, dan 2022 terdapat 95 usaha rumah makan atau restoran di kota Pariaman. Dalam hal ini, yang menjadi salah satu faktor utama terciptanya peningkatan sifat konsumtif masyarakat yang ingin mendapatkan segala sesuatu secara cepat dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya yang bersifat memuaskan seperti kebutuhan primer dan kebutuhan lainnya. Sehubungan dengan itu, pola masyarakat kehidupan saat ini terbukti berdampak pada peningkatan pesat dunia usaha seperti dunia kuliner yang akhirnya menyebabkan tingginya persaingan. Sehingga para pebisnis usaha kuliner harus memperkuat strategi untuk mempertahankan usahanya saat ini.

Bisnis dibidang kuliner merupakan bisnis yang cukup menjanjikan karena kebutuhan pangan konsumen terus meningkat. Oleh sebab itu, banyak pemilik usaha yang bergerak dibidang kuliner berusaha untuk memenuhi keinginan konsumen. Pemilik usaha dibidang kuliner harus mampu membaca

konsumen dan mampu untuk memuaskannya sebagai salah satu strategi yang bisa dilakukan supaya usaha tersebut mampu bertahan dengan kompetitor. Dengan demikian, dapat membuat konsumen merasakan kepuasan sehingga konsumen dapat bersedia datang kembali dan mampu melakukan keputusan pembelian.

Proses keputusan pembelian konsumen harus dipahami dengan jelas oleh para pemilik usaha untuk dapat merancang strategi yang tepat (Rusdi et al., 2023). Keputusan untuk membeli adalah bagaimana proses dalam mengambil keputusan tersebut itu dapat dilakukan dan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dan dalam pembeliannya tersebut dapat juga berbeda-beda. Sehingga pemilik usaha harus fokus dalam melihat faktor yang harus diperhatikan untuk menarik minat beli konsumen.

Hal yang dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian yaitu variasi menu salah satunya. Variasi menu adalah kumpulan seluruh produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli (Cholik et al., 2022). Pada variasi menu, permasalahan yang sering muncul disaat restoran sedang ramai, ada beberapa stok bahan makanan yang cepat habis. Stok bahan makanan tersebut merupakan menu dari makanan yang *best seller* di restoran. Karena konsumen banyak menginginkan menu tersebut sedang habis, maka konsumen tidak jadi makan atau membeli di restoran tersebut dan konsumen tidak menginginkan menu yang lainnya yang telah disediakan.

Selain menyediakan variasi menu, cita rasa juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Para pengusaha di bidang kuliner harus tetap menjaga konsistensi dalam menjaga cita rasa makanan tetap terjaga dengan baik. Cita rasa adalah cara pemilihan makanan yang harus dibedakan dari rasa (*taste*) makanan tersebut. Rasa merupakan hasil kerja pengecap rasa yang ada pada lidah atau mulut yang merupakan bagian dari cita rasa dan merupakan hal yang penting dalam pembuatan makanan (Wibasuri & Susanti, 2023). Cita rasa merupakan atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu.



Gambar 1. 1 Restoran Ayam Patuih
Sumber: Penulis, 2023

Salah satunya yang terjadi di restoran Ayam Patuih yang terletak Jl. DR. M. Djamil No 4, Jawi-Jawi I, Kec. Pariaman Tengah. Kota Pariaman. Dalam hasil wawancara dengan pemilik restoran ada variasi menu yang sering di pesan dan ada menu yang jarang dipesan walaupun restoran Ayam patuih memiliki 189 menu yang disediakan yang terdapat pada lampiran. Dalam menu itu juga ada berbagai jenis seperti menu utama, snack, dan minuman. Untuk menu yang

sering dipesan ada lima menu yaitu ayam bakar , ayam geprek, ayam penyet, ayam patuih, lele goreng dan untuk lima menu yang jarang dipesan ada lima yaitu iga sapi rica-rica, cumi tumis, bebek patuih, terong balado, dan sop iga bakar. Menu yang menjadi *best seller* dengan menu yang lain penjualannya yang jauh berbeda menurut hasil wawancara dengan pemilik.

Dalam hal ini juga dapat mempengaruhi konsistensi cita rasa yang ada pada banyak menu yang disediakan oleh restoran Ayam Patuih. Restoran Ayam Patuih mempunyai ciri khas pada menu yang disediakan yaitu pedas dan gurih. Karena dikenal dengan ciri khas menu yang pedas, restoran Ayam Patuih memiliki kendala dalam menjaga konsistensi rasanya pada sambal yang disediakan walaupun tetap memakai resep yang sama. Selain rasa, kendala yang didapat juga terjadi pada konsistensi indikator cita rasa aroma, tekstur, suhu, dan penampakan yang dikarenakan jumlah pengunjung yang datang tidak terduga. Oleh sebab itu, sangat berpengaruh pada konsumen yang datang untuk membeli produk di Restoran Ayam Patuih yang terdapat pada tabel 1.1 dari bulan Maret 2023 – Agustus 2023.

Tabel 1. 1 Data Pengunjung Maret 2023 - Agustus 2023

No	Bulan	Pengunjung
1	Maret 2023	2.985
2	April 2023	3.517
3	Mei 2023	3.255
4	Juni 2023	3.053
5	Juli 2023	2.852
6	Agustus 2023	2.687

(Sumber : Ayam Patuih Pariaman,2023)

Berdasarkan data diatas terlihat jumlah konsumen pada restoran yang fluktuasi. Hal ini dikarenakan adanya permasalahan yang terjadi di restoran Ayam Patuih dan pemilik restoran Ayam Patuih juga ingi mengetahui permasalahan yang terjadi terhadap pengaruh variasi menu dan cita rasa terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian yang telah peneliti jabarkan secara umum, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa Makanan Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman”**.

1.2 Batasan Masalah

Pembatasan masalah agar peneliti lebih efektif, efisien, dan terarah dan dapat dikaji lebih mendalam maka diperlukan pembatasan masalah.

Adapun batasan masalah yang dikaji dalam penelitian ini :

1. Ruang lingkup hanya meliputi pengaruh variasi menu dan cita rasa terhadap keputusan pembelian.
2. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk di restoran Ayam Patuih lebih dari satu kali.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah variasi menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih?
2. Apakah cita rasa makanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih?
3. Apakah variasi menu dan cita rasa makanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih?

1.4 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh variasi menu terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih?

2. Mengetahui pengaruh cita rasa makanan terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih?

3. Mengetahui pengaruh variasi menu dan cita rasa makanan terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih?

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Bagi Penulis

Peneliti ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh variasi menu dan cita rasa makanan terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih di Kota Pariaman. Dan penelitian ini dibuat untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu menyelesaikan Diploma IV program Studi Manajemen Studi Kuliner di Politeknik Pariwisata Batam.

1.5.2 Manfaat Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian teori terkait dengan variabel penelitian yaitu pengaruh variasi menu dan cita rasa terhadap keputusan pembelian di restoran Ayam Patuih Kota Pariaman dan juga hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan variasi menu dan cita rasa terhadap keputusan pembelian

1.5.3 Manfaat Bagi Pemilik Restoran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan Restoran Ayam Patuih dalam rangka menentukan strategi penentuan pengambilan keputusan mengenai variasi menu dan cita rasa makanan untuk lebih mengetahui faktor manakah yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman.

1.6 Definisi Istilah

21

1. Cita rasa

Berdasarkan KBBI **cita rasa merupakan** sebuah rasa, yaitu **atribut makanan yang meliputi penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu** yang dapat membentuk kerjasama kelima macam indra manusia

2. Keputusan pembelian

Keputusan yang terdapat dalam (Agung Edy Wibowo & Gunawan, 2022) Kotler dan Armstrong (2018) yaitu perilaku yang digunakan untuk memutuskan sesuatu secara sadar dan merupakan sebuah keputusan yang final dengan berbagai macam pertimbangan tertentu. Sangat baik kepada konsumen seperti makanan dan minuman yang dijual.

3. Variasi menu

Menu berasal dari kata bahasa Prancis *Le menu* dan berdasarkan Philip Kotler (2002) dalam (Aprileny et al., 2022) variasi menu merupakan

berbagai macam produk yang disediakan dan dijual oleh pemilik usaha yang dapat dibedakan dari jenis makanannya tersebut.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Variasi Menu

2.1.1 Definisi Variasi Menu

Menu merupakan daftar makanan dan minuman yang tertera pada daftar menu beserta harganya. Variasi menu dan keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli (Cholik et al., 2022). Memberikan berbagai macam variasi menu yang diberikan perusahaan merupakan salah satu faktor penting bagi keberlangsungan dan perkembangan perusahaan. Pemilihan variasi menu dimaknai sebagai persepsi konsumen terhadap kemampuan restoran dalam menyajikan menu yang nantinya akan ditawarkan ke konsumen sebagai panduan (Palupi & Putri, 2022).

Menurut (Riyani et al., 2021) sebuah pemasaran bertujuan untuk menemukan produk yang tepat bagi konsumen, sehingga diperlukan variasi menu makanan dan minuman agar dapat memenuhi keinginan pada setiap konsumen. Hal ini pengaruh variasi menu sangat penting dalam menjual produk yang ditawarkan oleh penjual. Dalam menyediakan variasi menu perlu diperhatikan menu yang akan di jual agar menu yang lain tidak jauh tertinggal penjualannya terhadap menu yang sering di pesan oleh konsumen.

2.1.2 Indikator Variasi Menu

Menurut (Riyani et al., 2021) dalam terdapat indikator variasi menu sebagai berikut:

1. Produk yang dijual terdapat berbagai ukuran dan varian, yaitu setiap konsumen mempunyai keinginan yang berbeda-beda dalam menentukan produk yang ingin dibeli baik dari ukuran dan varian.
2. Ketersediaan makanan dalam menyediakan makanan harus diperhatikan ketersediaan menu yang akan disajikan.
3. Mutu dan kualitas makanan yaitu, konsistensi dari sebuah menu yang dijual kepada konsumen.
4. Kepentingan konsumen, yaitu mengikuti kebutuhan konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

2.2 Teori Cita Rasa

2.2.1 Definisi Cita Rasa

Rasa adalah cara kerja yang dihasilkan oleh indra pengecap . Menurut (Mahfud et al., 2021) cita rasa merupakan indikator makanan yang meliputi penampakan, rasa, bau, suhu dan tekstur. Cita rasa merupakan sesuatu yang berperan penting dalam sebuah usaha restoran. Restoran mempunyai rasa khas pada makanan yang diolah menjadi pembeda bagi konsumen (Rusdi et al., 2023). Dengan cita rasa yang khas dan sesuai dengan keinginan konsumen, maka minat pembelian untuk membeli produk ini tentu sangat kuat. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa cita rasa menjadi faktor pendorong untuk minat mengonsumsi makanan dan minuman dengan kesadaran alamiah yang dipengaruhi beberapa faktor.

Faktor- faktor yang mempengaruhi cita rasa yang terdapat dalam bahan untuk dihidangkan yaitu:

- 12
- a. Aroma makanan adalah aroma yang dikeluarkan oleh makanan, mempunyai daya tarik tersendiri dan merangsang indra penciuman sehingga menggugah selera untuk mencicipi masakan.
 - b. Bumbu masak adalah bahan yang ditambahkan untuk menciptakan rasa lezat dan sifat unik pada makanan .
 - c. Tingkat kematangan mempengaruhi rasa makanan. Pada makanan lunak dapat dikunyah dengan sempurna dan akan menghasilkan senyawa lebih banyak, artinya intensitas rangsangannya akan lebih tinggi dari . Kematangan makanan tidak hanya ditentukan oleh kualitas makanan tetapi juga ditentukan oleh kualitas bahan makanan tersebut oleh cara memasak makanan.

2.2.2 Indikator Cita Rasa

Berdasarkan pendapat (Drummond & Brefere, 2010) dalam (Dwi & Soebiantoro, 2022) terdapat lima indikator cita rasa yang digunakan untuk mengukur cita rasa.

1. Penampakan

Penampakan makanan adalah hal yang dapat menarik ketertarikan dalam menu yang disajikan dan penampilan yang sesuai akan menimbulkan ketertarikan tersendiri.

2. Bau

Bau merupakan yang menimbulkan aroma yang dapat merangsang indra penciuman dan juga menimbulkan selera makan.

3. Rasa

Rasa suatu hidangan makanan dan minuman yang dirasakan oleh pengecap di lidah seperti manis, asin, asam, dan pahit

4. Tekstur

Tekstur merupakan perpaduan dari senyawa yang terdapat dalam produk seperti tingkat kekerasan produk, kepadatan produk atau kekentalan produk dan karakteristik dari konsistensi produk tersebut.

5. Suhu

Suhu adalah temperatur suatu zat. Suhu sangat berperan penting dalam penentuan dari rasa makanan tersebut, suhu makanan harus sesuai dengan jenis makanan dan teknik pengolahan makanannya.

2.3 Teori Keputusan Pembelian

2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian suatu langkah dalam menentukan pilihan sesuatu untuk memutuskan melakukan pembelian yang tersedia (Kadek Yana Yagastama et al., 2023). Proses integrasi yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternative perilaku dan dapat memilih salah satunya. Tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli produk tersebut. Menurut (Sutaguna et al., 2023) keputusan pembelian untuk mencari dan mengenal informasi produk tertentu dan mengevaluasinya yang dapat memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk yang diinginkan.

Prosedur pemesanan konsumen harus dipahami oleh pemilik bisnis dengan tujuan mengembangkan strategi bisnis yang baik. Dipahami oleh perwakilan bisnis dengan tujuan mengembangkan strategi bisnis yang baik. Strategi ini membuat perusahaan dapat memfokuskan usaha tersebut untuk menarik minat para konsumen untuk membeli produk dengan keputusan pembelian. Dan ada beberapa hal yang menjadi faktor yang mempengaruhi tindakan keputusan pembelian.

Menurut (Kotler.P,2012) dalam (Agung Edy Wibowo & Gunawan, 2022) ada faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu:

1. Orang lain

Persepsi terhadap orang lain dapat mempengaruhi terhadap keinginan dalam pengambilan keputusan yang akan dibuat. Ini juga dipengaruhi oleh pendirian yang berbeda dengan pendapat orang lain dan timbul dari motivasi yang membuat untuk mengikuti jejak pilihan pihak lain.

2. Faktor situasi yang tidak terduga

Yaitu merupakan sebuah pilihan yang secara tidak terduga yang mengikuti keinginan yang tiba-tiba.

2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Amstrong (2010) dalam (Arfah, 2022) ada beberapa indikator dalam keputusan pembelian, yaitu:

1. Pengenalan masalah kebutuhan

Tindakan melakukan pembelian termasuk menjelaskan masalah atau kebutuhan apa pun yang dimiliki pelanggan yang berbeda dari yang sudah jelas dan diinginkan, kebutuhan ini dapat dihasilkan oleh manusia dari dalam dirinya sendiri.

2. Pencarian Informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhan pribadi.

3. Evaluasi alternative

Calon konsumen memperoleh gambaran pasti mengenai alternatif yang dihadapi serta daya tarik masing-masing alternatif tersebut.

4. Keputusan pembelian

Pemilik usaha harus memahami bahwasanya konsumen memiliki cara sendiri dalam informasi yang didapatkan produk mana yang akan dibutuhkan untuk dibeli.

5. Perilaku pasca pembelian

Dimana barang yang telah dibeli tidak memberikan kepuasan yang diinginkan, maka konsumen akan dapat merubah sikapnya terhadap restoran tersebut membuat menjadi sikap negatif, sebaliknya jika konsumen merasakan kepuasan makan keinginannya untuk membeli kembali semakin kuat.

2.4 Kajian Empiris

Kajian Empiris dilakukan untuk mengkaji penelitian terdahulu yang telah ada sebelumnya yang berkaitan dengan variabel dalam penelitian ini. Kajian empiris ini terdapat pada table 2.1 berikut :

Tabel 2. 1 Kajian Empiris

Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Fokus Penelitian
(Rusdi et al., 2023)	Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laue Burger Bar Kediri	Penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial. Variasi menu, cita rasa, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi menu, variasi rasa, dan harga terhadap keputusan pembelian di Laue Burger Bar Kediri baik secara parsial maupun simultan.
(Kadek Yana Yagastama et al., 2023)	Pengaruh Store Atmosphere, Cita Rasa, dan <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Ikan Bakar Kubu Wisata Serangan	Berdasarkan hasil perhitungan masing-masing variabel secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai hitung untuk variabel store atmosphere, Cita Rasa, dan World of Mouth terhadap Keputusan Pembelian	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh store atmosphere, cita rasa dan word of mouth secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian di Warung Ikan Bakar Kubu Wisata Serangan.
(Sutaguna et al., 2023)	<i>Hanan Catering's Instagram promotions, pricing, and menu variety influence consumer purchasing decisions in Bandung</i>	Hasil penelitian ini menemukan bahwa promosi di Instagram, harga, dan variasi menu baik secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	Penelitian ini berfokus pada pengaruh promosi di Instagram, harga, dan variasi menu terhadap keputusan pembelian Hanan Catering dengan menggunakan teknik purposive sampling
(Afriani & Pratama, 2022)	Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Menu Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam	Hasil pada penelitian ini variabel rasa dan variasi menu secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen dan terdapat pengaruh simultan antara rasa dan variasi menu terhadap keputusan	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh rasa dan variasi menu terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam

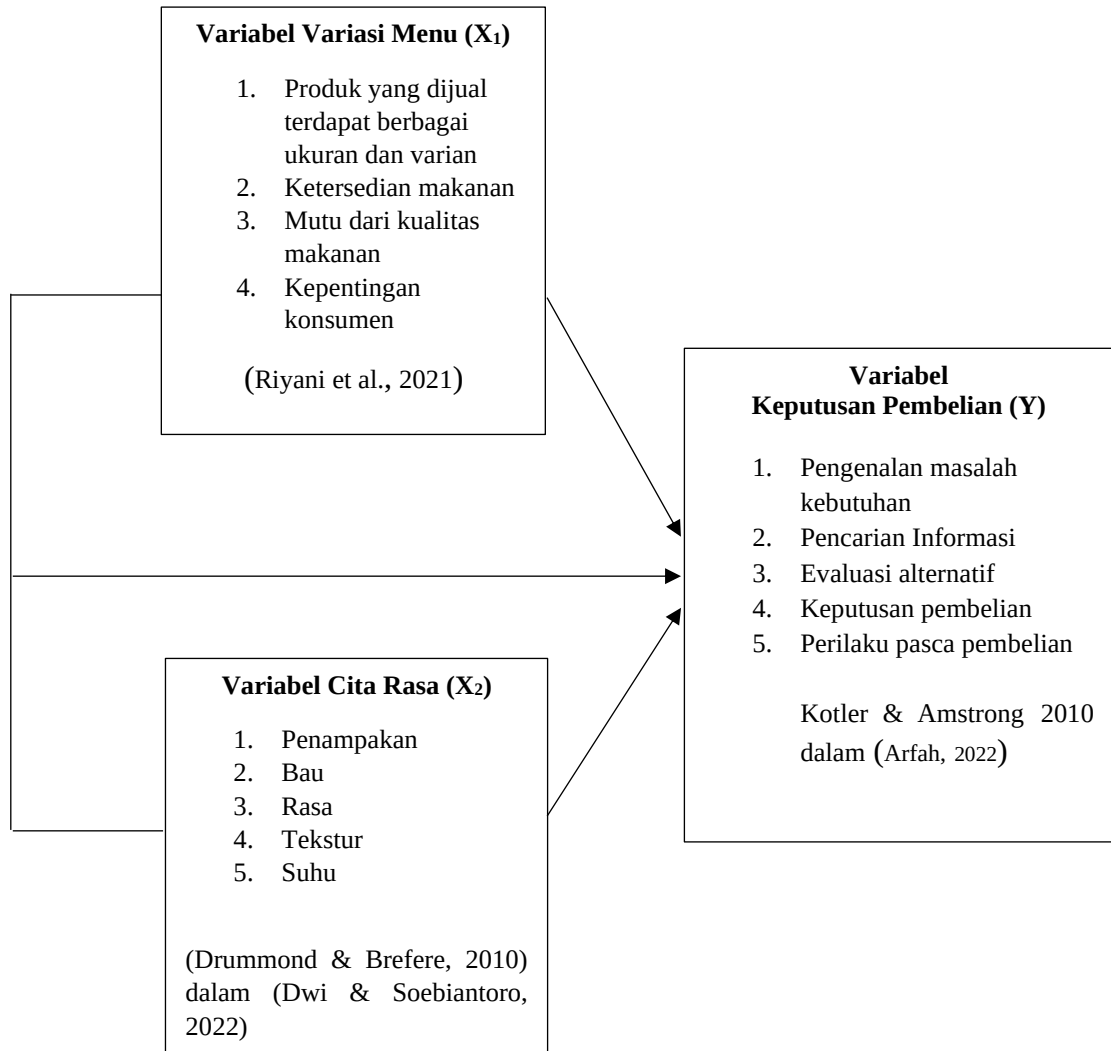
(Dwi & Soebiantoro, 2022)	¹⁶ Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya	Hasil dari penelitian menunjukkan cita rasa dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	¹⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian di Mie Ayam Yamin Gubeng.
(Agung Edy Wibowo & Gunawan, 2022)	Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbort Bay Batam	⁴⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji regresi, kepercayaan merek dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan	Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis pengaruh kepercayaan merek dan promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Restoran 'Sederhana' di Harbour Bay Batam
(Cholik et al., 2022)	Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi	Ketiga variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat	Penelitian ini menggunakan asosiasi kausal dengan pendekatan kuantitatif terhadap judul terkait.
(Palupi & Putri, 2022)	⁷ <i>Relationship of halal awareness, selection of menu variation and nutrition knowledge with purchase decisions: a study on Chatime consumers in Surabaya</i>	Hasilnya terdapat hubungan antara kesadaran halal dengan keputusan pembelian. Terdapat hubungan antara pemilihan variasi menu dengan keputusan pembelian. Tidak terdapat hubungan antara pengetahuan gizi dengan keputusan pembelian.	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis hubungan kesadaran halal, pemilihan variasi menu dan pengetahuan gizi dengan keputusan pembelian minuman boba merek Chatime.
(Mahfud et al., 2021)	²² <i>The Effect of Taste and Service Quality on Customer Satisfaction in Pertamina Mie Ayam Bakso, Kaur Regency</i>	Secara parsial variabel cita rasa dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, uji dermiasi, dan uji hipotesis
(Riyani et al., 2021)	<i>The Influence of Menu Variation and Service Quality on Guest Satisfaction</i>	⁵⁵ Variasi menu dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu	Penelitian ini mengfokuskan variasi menu dan kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan tamu

(Sumber : Peneliti,2023)

2.5 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir pada penelitian ini disusun secara sistematis seperti terlihat pada gambar 2.1 berikut :

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



(Sumber : Data di olah peneliti,20223)

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah yang diajukan.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_1 : Variasi menu berpengaruh² signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_2 : Cita rasa berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H_3 : Variasi menu dan cita rasa secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

BAB III

METOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yaitu untuk meneliti sampel dan populasi tertentu dan penelitian awal sampai akhir ini bersifat tetap dengan pendekatan kuantitatif asosiatif. Dalam prosedur analisis kuantitatif yaitu tentukan persoalan, kembangkan model kuantitatif, tentukan data, kembangkan solusi, menguji solusi, lakukan analisis, dan implementasi hasil (Teguh, 2014). Metode penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2022) merupakan metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu sistematis, konkret, objektif, rasional dan terukur. Desain penelitian kuantitatif dengan rumusan masalah asosiatif yaitu suatu rumusan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel ataupun lebih. Dalam penelitian kuantitatif dapat menemukan jawaban sementara dari rumusan masalah yang ingin dibahas yang dihasilkan dengan jawaban yang bersifat linear dengan langkah-langkah yang jelas, berteori dengan konsep yang sudah jelas.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut (Edy Wibowo & Wulandari, 2020) populasi merupakan keseluruhan unit atau obyek pada kesatuan ciri yang sama yang meliputi karakteristik tertentu untuk dilakukan penganalisisan dan penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen Ayam Patuh kota Pariaman dari bulan

Maret 2023 sampai Agustus 2023 yang didapatkan dari pemiliknya. Berikut tabel pengunjung yang terdapat pada tabel 3.1

Tabel 3. 1 Total Pengunjung

No	Bulan	Pengunjung
1	Maret 2023	2.985
2	April 2023	3.517
3	Mei 2023	3.255
4	Juni 2023	3.053
5	Juli 2023	2.852
6	Agustus 2023	2.687
	Total	18.349

(Sumber : Pemilik Ayam Patuih Pariaman,2023)

Populasi dalam penelitian ini dapat diketahui jumlahnya sebanyak 18.349 .

¹⁵ Menurut (Sugiyono, 2022) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin meneliti semuanya populasi tersebut, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan juga waktu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi dapat mewakili.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling probability sampling yaitu ⁴⁴ simple random sampling. Menurut (Sugiyono, 2022) Simple random sampling merupakan pengambilan sampel dilakukan secara random tanpa memperhatikan starta dalam populasi tersebut dan memberikan kesempatan yang sama. Untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin

$$\text{Dimana } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Ukuran populasi

e = *Margin of error* 10 % (0,1)

$$n = \frac{18.349}{1 + 18.349(0.1)^2}$$

$$n = \frac{18.349}{1 + 183,49}$$

$$n = \frac{18.349}{184,49}$$

$$n = 99,45$$

Hasilnya 99,45 dan di bulatkan menjadi 100 responden dari hasil yang telah didapatkan dalam perhitungan tersebut.

3.3 Operasional Variabel

3.3.1 Operasional Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari variabel bebas variasi menu dan cita rasa untuk variabel terikatnya keputusan pembelian, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat digunakan dengan tepat.

Operasional masing-masing variabel dapat dilihat dari table 3.2 berikut:

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala	No Item
Variabel Bebas			
Variasi menu (X ₁) Variasi menu dan keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli (Riyani et al., 2021)	• Produk yang dijual terdapat berbagai ukuran dan varian	Likert	P 1-2
	• Ketersedian makanan		P 3
	• Mutu dari kualitas makanan		P 4
	• Kepentingan konsumen		P 6
Cita rasa (X ₂) Cita rasa merupakan sesuatu yang berperan penting dalam sebuah usaha restoran. Restoran mempunyai rasa khas pada makanan yang diolah, ini akan menjadi ciri tersendiri bagi konsumen	• Penampakan • Bau • Rasa • Tekstur • Suhu	Likert	P 7 P 8 P 9 P 10 P 11

(Drummond & Brefere, 2010) dalam (Dwi & Soebiantoro, 2022)			
Variabel Terikat			
Keputusan pembelian (Y) Keputusan pembelian harus dipahami oleh pemasaran perusahaan dengan tujuan untuk membuat strategi yang tepat Kotler & Amstrong 2010 dalam (Arfah, 2022)	• Pengenalan masalah kebutuhan • Pencarian Informasi • Evaluasi alternatif • Keputusan pembelian • Perilaku pasca pembelian	Likert	P 12 -13 P 14 P 15 P 16 P 17-18

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini, data yang digunakan menggunakan kusioner tertutup dan responden tidak dapat mengubah dan menambah jawaban agar dapat memudahkan peneliti dalam mengolah data. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Linkert*. Menurut (Wibowo et al., 2021) skala *linkert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan presepsi seseorang tentang berbagai fenomenal sosial. Skala *linkert* memiliki 5 tingkatan skala yang mempunyai angka dalam skala yang diberikan. Berikut skala *linket* yang terdapat pada tabel 3.3

Tabel 3.3 ³³Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (R)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Tidak Setuju (TS)	1

(Sumber : Sugiyono, 2022)

3.3.3 Jenis Data

a. Data primer

Data primer bersumber langsung dari responden penelitian dan pihak-pihak relevan (Edy Wibowo & Wulandari, 2020). Data primer merupakan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber, data yang dikumpulkan yaitu hasil wawancara dengan konsumen restoran Ayam Patuih, pemilik usaha restoran, dan hasil observasi lapangan.

a. Data skunder

Data skunder (Sari sasi gendro, 2022) merupakan data penelitian secara tidak langsung melalui media perantara seperti dokumentasi, data penjualan. Data sekunder juga dapat diperoleh jurnal, pustaka dan buku-buku yang saling berkaitan dengan masalah penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan alat untuk pengumpulan data dengan cara mengajukan seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada konsumen restoran Ayam Patuih. Responden diminta untuk menjawab pernyataan yang telah tertera di kuesioner dengan objek di teliti yaitu pengaruh variasi menu dan cita rasa terhadap keputusan pembelian.

3.4.2 Wawancara

Jenis wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara tidak langsung dan wawancara langsung. Dikarenakan objek tempat penelitian berada dikampung halaman peneliti di Pariaman, peneliti membutuhkan data secara online dengan segera dari pemilik restoran. dalam pencarian data dengan wawancara sering terjadi kesenjangan antara data diinginkan dan data yang diberi responden.

3.4.3 Observasi

Menurut (Sugiyono, 2022) observasi sebagai teknik pengumpulan data yang memiliki ciri spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lainnya. Observasi tidak terbatas pada manusia, namun pada obyek alam lainnya. Teknik pengumpulan data ini

dilakukan oleh penulis dengan mengunjungi tempat objek penelitian di restoran Ayam Patuih

3.4.4 Dokumen

Menurut (Sugiyono, 2022) yaitu ⁵² suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk arsip, dokumen, dokumentasi, dan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian penulis. Data ini bersifat sekunder yang memperoleh data berupa memo, surat kabar, dan lainnya. Dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti melakukan survai ke Restoran Ayam Patuih yang berada di Kota Pariaman.

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif kuantitatif menganalisis data secara sistematis yang dapat dikaji dengan angka dan penelitian ini untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan sampel yang di dapat dan hanya ditujukan pada kumpulan data yang ada (Manisar Nasution, 2017). Fungsi dari statistik deskriptif yaitu menerangkan keadaan, fenomena, dan persoalan. Untuk mengetahui data yang terdapat pada variabel penelitian kuat menggunakan skala numerik *likert summated ratin*

Tabel 3. 4 Skala LSR

NO	Rentang Skala	Interprestas Data
1	4,3 – 5,0	Sangat Setuju / Sangat Baik
2	3,5 – 4,2	Setuju
3	2,7 – 3,4	Netral
4	1,9 – 2,6	Tidak Setuju
5	1 – 1,8	Sangat Tidak Setuju

(Sumber: Djarwanto, 2011)

3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas adalah uji kualitas data yang telah dibentuk dalam kusioner berupa pertanyaan dengan variabel-variabel yang telah ditentukan sudah layak, maka dari itu diperlukan uji kualitas data ini.

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kevalidan sebuah kuesioner dan apakah item pertanyaan yang telah di buat betul-betul mengukur apa yang hendak di ukur. Kevalidan sebuah kuesioner penelitian ini di ukur dengan uji signifikansi dua arah 5% (0,05) $df = n-2$ dengan membandingkan r tabel dan r hitung (item pertanyaan). ²⁹ Jika r hitung $< r$ tabel maka hasilnya valid dan r hitung $> r$ tabel itu tidak valid. Pada kali ini jumlah sampel untuk menguji item pertanyaan 30 (n) responden dan untuk r tabel diketahui 0,316

Hasil untuk uji validitas yang telah dilakukan pada penelitian yaitu sebagai berikut pada tabel 3.5,3.6,dan 3.7:

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variasi Menu

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Variasi Menu 1	0,593	0,3610	Valid
Variasi Menu 2	0,532	0,3610	Valid
Variasi Menu 3	0,437	0,3610	Valid
Variasi Menu 4	0,801	0,3610	Valid
Variasi Menu 5	0,496	0,3610	Valid
Variasi Menu 6	0,717	0,3610	Valid

(Sumber : Data diolah SPSS,2023)

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Cita Rasa

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Cita Rasa 1	0,651	0,3610	Valid
Cita Rasa 2	0,728	0,3610	Valid
Cita Rasa 3	0,582	0,3610	Valid
Cita Rasa 4	0,661	0,3610	Valid
Cita Rasa 5	0,637	0,3610	Valid

(Sumber : Data diolah SPSS,2023)

Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Keputusan 1	0,571	0,3610	Valid
Keputusan 2	0,731	0,3610	Valid
Keputusan 3	0,479	0,3610	Valid
Keputusan 4	0,778	0,3610	Valid
Keputusan 5	0,506	0,3610	Valid
Keputusan 6	0,772	0,3610	Valid
Keputusan 7	0,737	0,3610	Valid

(Sumber : Data diolah SPSS,2023)

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur sebuah kusioner yang merupakan indikator dari variabel dan untuk kuesioner yang dinyatakan reliabel itu jika responden menjawab item pertanyaan dengan konsisten.

Untuk pengukuran reliabilitas sebuah variabel yaitu jika kriteria Cronbach's

Alpha > 0,70 dinyatakan reliabel dan Cronbach's Alpha < 0,70 dinyatakan tidak reliabel (Nunnally, 1994) dalam (Ghozali, 2021).

Berikut hasil dari uji reliabilitas dari variabel – variabel menggunakan aplikasi SPSS versi 19 pada tabel 3.8

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	Hasil
Variasi Menu	0,665	0,70	Reliabel
Cita Rasa	0,698	0,70	Reliabel
Keputusan	0,784	0,70	Reliabel

(Sumber : Data diolah SPSS,2023)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik tujuan uji normalitas ini menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2021). Dalam hal ini uji normalitas menggunakan analisis grafik atau histogram regression residual dan dasar pengambilan keputusan ini ada 2 yaitu:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Gejala Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah regresi terjadi ketidak-samaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2021). Regresi model yang baik adalah yang homoskedastisitas yaitu variance dari residual pengamatan ke pengamatan lain tetap dan tidak terjadi heteroskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas dipenelitian ini menggunakan uji Glejser yaitu dengan cara regression nilai absolut residual. Jika nilai tingkat kepercayaan $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan nilai tingkat kepercayaan $< 0,05$ maka terjadinya gejala heteroskedastisitas.

3. Gejala Multikolinetitas

Uji multikolineritas untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mengetahui adanya gejala multikolinetisitas pada regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan menggunakan (VIF) *variance inflation factor*. Model regresi yang tidak ada gejala multikolinetitas jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan untuk $VIF < 10$.

3.5.4 Uji Regresi Linear Berganda

Uji analisis linear berganda merupakan regresi atau turun naiknya nilai suatu variabel terikat (Y) yang dianggap dipengaruhi oleh variasi

nilai dari variabel bebas yang lebih dari satu ($X_1, X_2, \dots, X_n$) yang diketahui. Analisis regresi berganda digunakan jika variabel independen lebih dari 2 dengan analisis ini dapat diprediksikan perubahan nilai suatu variabel terikat oleh perubahan variabel bebas. Persamaan regresi linear berganda dari variabel (Y) yang dipengaruhi oleh variabel (X_1 dan X_2) dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Diketahui:

Y = Variabel terikat

a = konstanta

b_1 = nilai koefisien (variasi menu)

b_2 = nilai koefisien (cita rasa)

X_1 = variabel variasi menu

X_2 = variabel cita rasa

e = standar error

1. Uji Pengaruh Parsial ⁴¹ uji (t)

Uji t ini merupakan uji hipotesis yang bertujuan untuk mengetahui variabel independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Dalam uji ini dapat dinilai signifikansi.

- ³² a. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka berpengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y hipotesis diterima.
- b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ dan $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak berpengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y hipotesis ditolak.

2. Uji Pengaruh Serempak uji (f)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara serempak atau bersama-sama terhadap variabel dependen (Y). keputusan dalam dalam uji ini yaitu :

- a. jika nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka X_1 dan X_2 berpengaruh secara serempak terhadap Y hasilnya hipotesis diterima
- b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ dan $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka X_1 dan X_2 tidak berpengaruh secara serempak terhadap Y hasilnya hipotesis ditolak.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Restoran Ayam Patuih di Kota Pariaman yang beralamat di Jl. DR. M. Djamil No 4, Jawi-Jawi I, Kec. Pariaman Tengah, Kota Pariaman., selama kurun waktu Agustus 2023- Desember 20

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Profil Restoran Ayam Patuih

4.1.1 Sejarah Singkat

Restoran Ayam Patuih yang berada dikota Pariaman didirikan pada 2020 oleh Bapak Lukman Hakim dan Istrinya. Ayam Patuih ini memiliki arti yaitu ayam petir, nama ini dipilih oleh pemilik restoran ini yaitu karena menu yang dijual memiliki cita rasa yang pedas dengan tingkat level pedas dan Ayam Patuih memiliki ciri khas warna pada restorannya merah,kuning,dan hitam warna ini merupakan seperti marawa yaitu bendera Minangkabau. Restoran Ayam Patuih menyajikan berbagai macam hidangan yang beragam dan lokasi restoran Ayam Patuih sangat strategis, yang terletak di pusat kota Pariaman, dekat dengan pusat wisata pantai Gandoriah dan mudah dijumpai karena terletak ditepi jalan. Saat ini Restoran Ayam Patuih memiliki 11 karyawan yaitu 5 orang bagian dapur, 5 orang waiter, dan 1 orang bagian kasir.



Gambar 4. 1 Restoran Ayam Patuih
Sumber : Penulis, 2023

4.2.2 Variasi menu Ayam Patuih

Dari variasi menu yang banyak dimiliki oleh restoran Ayam Patuih ada yang menjadi menu *best seller* yang terdapat pada gambar sebagai berikut:



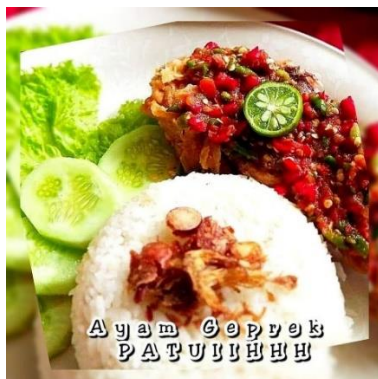
Gambar 4. 2 Ayam Bakar

Sumber: Restoran Ayam Patuih Pariaman, 2023



Gambar 4. 3 Ayam Penyet

Sumber: Restoran Ayam Patuih Pariaman, 2023



Gambar 4. 4 Ayam Geprek
Sumber: Restoran Ayam Patuih Pariaman, 2023



Gambar 4. 5 Ayam Patuih
Sumber: Restoran Ayam Patuih Pariaman, 2023



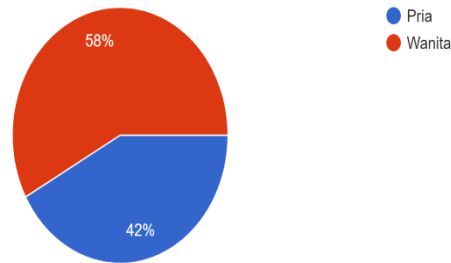
Gambar 4. 6 Lele Goreng
Sumber: Restoran Ayam Patuih Pariaman, 2023

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Responden

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dari bulan November 2023 – Desember 2023 kepada konsumen Restoran Ayam Patuih. Data yang didapat melalui penyebaran kuesioner (angket) dan melalui *google form* sebanyak 100 responden. Karakteristik pada responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan sebagai gambaran sampel pada penelitian ini yaitu konsumen Restoran Ayam Patuih.

1. Responden berdasarkan jenis kelamin

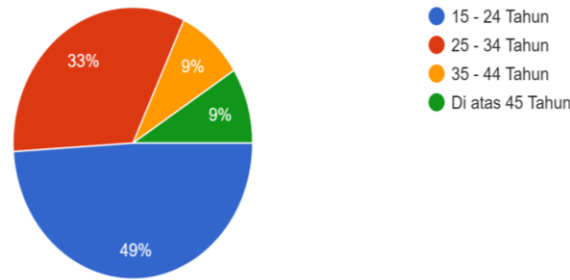


Gambar 4. 7 Diagram responden berdasarkan jenis kelamin

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil gambar 4.7 diagram diatas responden berdasarkan jenis kelamin lebih banyak wanita dengan presentase 58 % dan responden pria sebanyak presentase 42%. Responden pada penelitian ini di dominasi oleh responden wanita sebanyak 58%.

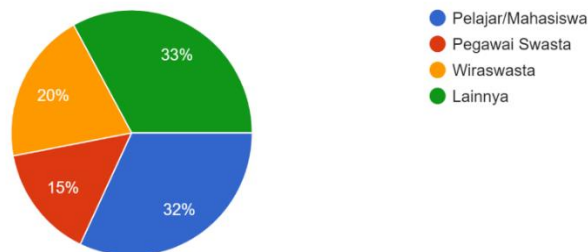
2. Responden berdasarkan usia



Gambar 4. 8 Diagram responden berdasarkan usia
Sumber: Data diolah, 2023

Bedarsarkan hasil pada gambar 4.8 diagram diatas menunjukkan sebanyak 49% responden dengan rentang usia 15 – 24 tahun , 33% dengan rentang usia 25 – 34 tahun, 9% dengan rentang usia 35 – 44 tahun, dan 9% dengan rentang usia di atas 45 tahun. Responden yang lebih banyak dalam penelian ini yaitu usia 15 – 24 tahun sebanyak 49%. Di karenakan, responden dalam penelitian ini di dominasi oleh pekerjaan responden yaitu mahasiswa atau pelajar dan pekerjaan lainnya.

3. Responden berdasarkan pekerjaan



Gambar 4. 9 Diagram responden berdasarkan pekerjaan
Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan **hasil gambar 4.9** diagram menunjukkan hasil penyebaran kusioner pada penelitian ini sebanyak 33% responden yang pekerjaannya berbagai macam. Seperti, ibu rumah tangga, bertani, guru, dan lainnya. 32% responden pelajar atau mahasiswa, 20% responden wiraswasta, dan 15% reponden pegawai swasta. Dalam hal ini, pekerjaan yang mendominasi yaitu pekerjaan lainnya. Dikarena kan lokasi restoran Ayam Patuih dekat dengan pantai, sekolah, dan pusat kota banyak konsumen yang memiliki berbagai macam jenis pekerjaan.

4.2.2 Analisis Deskriptif

Analisi deskriptif pada penelian memberikan gambaran hasil analisis pada penelitian ini yaitu pengaruh variasi menu dan cita rasa terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen restoran Ayam Patuih di kota Pariaman. Berikut hasil analisis pada penelitian terhadap variabel terkait:

1. Variasi menu (X_1)

Dalam variabel variasi menu terdapat 4 indikator yaitu: produk yang dijual terdapat berbagai macam ukuran dan varian, ketersediaan makanan, mutu dari kualitas makanan, dan kepentingan konsumen. Dalam penelitian ini terdapat 6 pernyataan kepada konsumen restoran Ayam Patuih di kota Pariaman. Data yang didapat melalui penyebaran kuesioner oleh peneliti dapa dilihat dari tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4. 1 Data Deskriptif Variasi Menu

No	Pernyataan	TS	KS	N	S	ST	Jmlh	Skor	Mean
Variabel Variasi Menu		1	2	3	4	5			
1	Saya puas dengan porsi hidangan yang disajikan oleh Restoran Ayam Patuih	0	0	3	73	24	100	421	4.21
2	Porsi hidangan yang disajikan sesuai dengan yang saya pesan	0	1	2	60	37	100	433	4.33
3	Restoran Ayam Patuih memiliki banyak pilihan menu	0	0	1	54	45	100	444	4.44
4	Menu yang saya inginkan selalu ada saat saya pesan	0	1	5	64	30	100	423	4.23
5	Jenis hidangan yang disajikan sesuai dengan keinginan saya	0	1	3	66	30	100	425	4.25
6	Menu yang disajikan Restoran Ayam Patuih dapat memenuhi selera saya	0	0	9	55	36	100	427	4.27
TOTAL									25.73
MEAN VARIABEL									4,28

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil data diatas, nilai mean variabel 4,28 yang dimana penilaian responden terhadap variabel Variasi Menu (X_1) berpengaruh baik.

2. Cita Rasa (X_2)

Dalam variabel cita rasa terdapat 5 indikator yaitu: penampakan, bau, rasa, tekstur, dan suhu. Dalam penelitian ini terdapat 6 pernyataan kepada konsumen restoran Ayam Patuih di kota Pariaman. Data yang didapat melalui penyebaran kuesioner oleh peneliti dapat dilihat dari tabel 4.2 dibawah ini.

Tabel 4. 2 Data Deskriptif Cita Rasa

No	Pernyataan	TS	KS	N	S	ST	Jmlh	Skor	Mean
Variabel Cita Rasa		1	2	3	4	5			
1	Tampilan makanan dan minuman yang dihidangkan di Restoran Ayam Patuih sangat menarik	0	1	4	52	43	100	437	4.37
2	Aroma makanan dari Restoran Ayam Patuih sangat menggugah selera	0	0	7	63	30	100	423	4.23
3	Semua rasa (Asam, Manis, Pahit, Asin, dan Gurih) menu makanan dan minuman dari Restoran Ayam Patuih nikmat untuk di santap	0	0	11	56	33	100	422	4.22
4	Makanan yang disajikan Restoran Ayam Patuih memiliki tekstur lembut / kasar dengan baik.	0	0	4	71	25	100	421	4.21
5	Suhu Hidangan pada Restoran Ayam Patuih disajikan sesuai dengan jenis hidangan yang dipesan	0	1	5	70	24	100	417	4.17
TOTAL									21.2
MEAN VARIABEL									4,24

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil data diatas, nilai mean variabel 4,24 yang dimana penilaian responden terhadap variabel cita rasa (X_2)berpengaruh baik.

3. Keputusan pembelian (Y)

Dalam variabel variasi menu terdapat 5 indikator yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam penelitian ini terdapat 7 pernyataan kepada konsumen restoran Ayam Patuih di kota Pariaman. Data yang didapat melalui penyebaran kuesioner oleh peneliti dapat dilihat dari tabel 4.3 dibawah ini.

Tabel 4. 3 Data Deskriptif Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	TS	KS	N	S	ST	Jmlh	Skor	Mean
Variabel Keputusan Pembelian		1	2	3	4	5			
1	Menu makanan dan minuman di Restoran Ayam Patuih sesuai dengan kebutuhan saya.	0	0	5	69	26	100	421	4.21
2	Saya memutuskan membeli makanan dan minuman di Restoran Ayam Patuih sesuai dengan kenyataan yang ada.	0	0	3	64	33	100	430	4.3
3	Informasi yang diberikan tentang makanan dan minuman di Restoran Ayam Patuih sesuai dengan kenyataan yang ada	0	0	4	67	29	100	425	4.25
4	Restoran Ayam Patuih sebagai alternatif utama dalam memenuhi keinginan saya dalam membeli makan dan minuman.	0	3	18	53	26	100	402	4.02
5	Saya memutuskan membeli makanan dan minuman di Restoran Ayam Patuih karena sesuai dengan keinginan saya.	0	0	5	70	25	100	420	4.2
6	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan di Restoran Ayam Patuih.	0	0	5	65	30	100	425	4.25
7	Saya akan datang kembali ke Restoran Ayam Patuih untuk melakukan pembelian selanjutnya.	0	1	9	67	23	100	412	4.12
TOTAL								29.35	
MEAN VARIABEL								4,19	

Sumber: Data diolah, 2023

Hasil data diatas, nilai mean variabel 4,19 yang dimana penilaian responden terhadap variabel keputsan pembelian (Y) di restoran Ayam Patuih kota Pariaman berpengaruh baik.

4.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka hasilnya valid dan $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ itu tidak valid dan penelitian ini di ukur dengan uji signifikansi dua arah 0,05 df = n-2 dengan membandingkan r tabel dan r hitung (item pertanyaan). N= 100 maka r tabel yang deiketahui nilainya 0,196. Berikut hasil uji validitas pada variabel yang terdapat pada penelitian ini.

a. Hasil Uji Validitas Variasi Menu

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variasi Menu

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.225*	.398**	.332**	.370**	.285**	.642**
	Sig. (2-tailed)		.024	.000	.001	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.225*	1	.256*	.286**	.310**	.175	.581**
	Sig. (2-tailed)	.024		.010	.004	.002	.082	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.398**	.256*	1	.330**	.314**	.256*	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010		.001	.001	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.332**	.286**	.330**	1	.287**	.555**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.001		.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.370**	.310**	.314**	.287**	1	.242*	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.004		.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.285**	.175	.256*	.555**	.242*	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.004	.082	.010	.000	.015		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total.X1	Pearson Correlation	.642**	.581**	.638**	.730**	.643**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Sumber: (Data diolah melalui SPSS 19, 2023)

Menurut hasil uji validitas variasi menu pada tabel 4.4, kuesioner variasi menu dengan 4 indikator dan 6 pernyataan hasilnya valid. Pada hasil penelitian ini $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana $r_{tabel} = 0,196$ dan pernyataan yang telah diuji hasilnya valid.

b. Hasil Uji Validitas Cita Rasa

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Cita Rasa

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.450**	.520**	.272**	.349**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.450**	1	.481**	.472**	.262**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.520**	.481**	1	.335**	.619**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.272**	.472**	.335**	1	.310**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.001		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.349**	.262**	.619**	.310**	1	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total.X2	Pearson Correlation	.731**	.731**	.829**	.630**	.700**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Sumber: (Data diolah melalui SPSS 19, 2023)

Menurut hasil uji validitas cita rasa pada tabel 4.5, kuesioner cita rasa dengan 5 indikator dan 5 pernyataan hasilnya valid. Pada hasil penelitian ini $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana $r_{tabel} = 0,196$ dan pernyataan yang telah diuji hasilnya valid.

c. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Tabel 4. 6 Hasil Data Variabel Keputusan Pembelian

		Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total.Y
Y1	Pearson Correlation	1	.250*	.478**	.404**	.487**	.353**	.511**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.250*	1	.353**	.473**	.340**	.413**	.439**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.012		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.478**	.353**	1	.401**	.417**	.243*	.460**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.015	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.404**	.473**	.401**	1	.514**	.461**	.427**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.487**	.340**	.417**	.514**	1	.622**	.487**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.353**	.413**	.243*	.461**	.622**	1	.444**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.015	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.511**	.439**	.460**	.427**	.487**	.444**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total.Y	Pearson Correlation	.685**	.652**	.660**	.770**	.765**	.703**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Sumber: Data diolah melalui SPSS 19, 2023

Menurut hasil uji validitas keputusan pembelian pada tabel 4.5, kuesioner keputusan pembelian dengan 5 indikator dan 7 pernyataan hasilnya valid. Pada hasil penelitian ini $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana $r_{tabel} = 0,196$ dan pernyataan yang telah diuji hasilnya valid.

2. Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas sebuah variabel yaitu jika kriteria ¹ Cronbach's Alpha > 0,70 dinyatakan reliabel dan Cronbach's Alpha < 0,70 dinyatakan tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas pada penelitian ini:

a. ¹ Hasil Uji Reliabilitas Variasi Menu

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.725	6

Hasil uji reliabilitas variable pada variasi menu (X_1) sebesar 0,725.

Variabel variasi menu reliabel dikarenakan Cronbach's Alpha > 0,70 dinyatakan reliabel dan item pada pernyataan layak untuk digunakan.

b. ¹ Hasil Uji Reliabilitas Cita Rasa

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	5

Hasil uji reliabilitas variable pada cita rasa (X_2) sebesar 0,777.

Variabel cita rasa reliabel dikarenakan Cronbach's Alpha > 0,70 dinyatakan reliabel dan item pada pernyataan layak untuk digunakan.

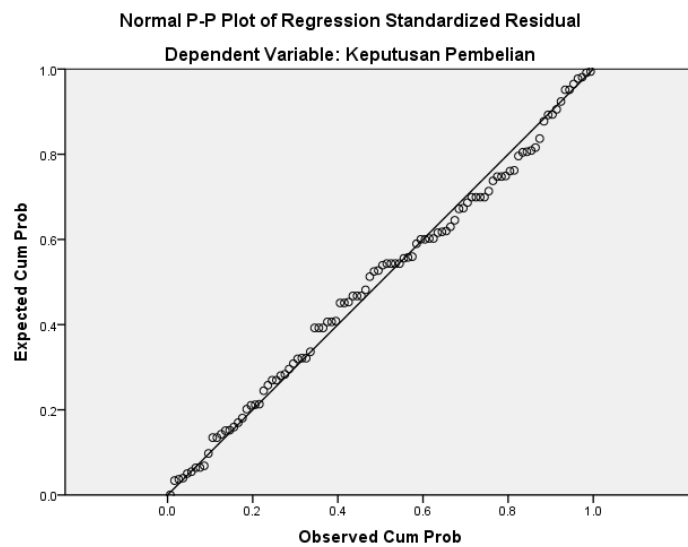
c. ¹ Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.835	7

Hasil uji reliabilitas variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,835. Variabel keputusan pembelian reliabel dikarenakan Cronbach's Alpha > 0,70 dinyatakan reliabel dan item pada pernyataan layak untuk digunakan.

4.2.4 Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas



Gambar 4. 10 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P Plot
Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

Hasil pada uji normalitas pada grafik diatas, data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.962	1.374		1.428	.157
Variasi Menu	.042	.072	.083	.590	.556
Cita Rasa	-.081	.075	-.152	-1.086	.280

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data diolah SPSS 19, 2023

Hasil pada tabel 4.7 uji heteroskedastisitas yang menggunakan uji glejser. Nilai sig antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 menyatakan penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Multikolineritas

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolineritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.739	2.164		1.728	.087		
Variasi Menu	.336	.113	.257	2.966	.004	.520	1.923
Cita Rasa	.800	.118	.588	6.792	.000	.520	1.923

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

Hasil pada tabel 4.8 uji multikolineritas menunjukan, variabel variasi menu dan cita rasa terhadap nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10 tidak terjadi adanya gejala multikolineritas.

4.2.5 Analisis Linear Berganda

Analisis linear bergada pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui analisis pengaruh Variasi menu dan Cita Rasa terhadap ²⁰ Keputusan Pembelian.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.739	2.164		1.728
	Variasi Menu	.336	.113	.257	2.966
	Cita Rasa	.800	.118	.588	6.792

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

Hasil data analisis linear berganda pada tabel 4.9 di atas, yaitu persamaannya:

$$Y = 3.739 + 0.336X^1 + 0,800 + e$$

Berdasarkan hasil persmaan analisis regreasi linear berganda dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil nilai konstanta pada penelitian ini sebesar 3.739 yang artinya jika tidak ada (X_1) variasi menu dan (X_2) cita rasa nilai konsisten (Y) keputusan pembelian adalah sebesar 3.739.
2. Hasil nilai kofisiensi Variasi Menu (X_1) sebesar 0,336 artinya variabel variasi menu berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Variabel variasi menu (X_1) dengan penambahan 1%, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,336.

3. Hasil nilai koefisien cita rasa (X_2) sebesar 0,800 artinya variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Variabel cita rasa (X_2) dengan penambahan 1%, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,800.

4.2.6 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Pengaruh Parsial uji (t)

$$\begin{aligned}t_{tabel} &= (a / 2 ; n - k - 1) \\&= (0,05 / 2 ; 100 - 2 - 1) \\&= (0,025; 100 - 2 - 1) \\&= (2 ; 98) \\&= 1.984\end{aligned}$$

Keterangan :

A = Nilai Signifikan 0,05

³⁴ N = Jumlah Responden

K = Jumlah variabel X yang digunakan

Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.739	2.164		1.728
	Variasi Menu	.336	.113	.257	2.966
	Cita Rasa	.800	.118	.588	6.792

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

Hasil uji parsial (uji t) pada tabel 4.10 disimpulkan sebagai berikut:

a. Variabel Variasi Menu (X_1)

Nilai sig variabel variasi menu $0,0004 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,966 > 1,984$. Artinya hipotesis diterima, maka H_1 variasi menu berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Variabel Cita Rasa (X_2)

Nilai sig variabel cita rasa $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 6,792 > 1,984$. Artinya hipotesis diterima, maka H_2 cita rasa berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Hasil ⁵⁶ Uji Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui secara serempak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. F_{tabel} dalam penelitian ini dengan nilai sig 0,05 an jumlah responden 100 (n) hasilnya adalah:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= (k ; n - k) \\ &= (2 ; 100 - 2) \\ &= (2 ; 98) \end{aligned}$$

$$= 3,08$$

Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	494.034	2	247.017	79.679	.000 ^a
	Residual	300.716	97	3.100		
	Total	794.750	99			

a. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Variasi Menu

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

Hasil pada tabel 4.11 uji simultan (uji f) diperoleh, $F_{hitung} 79,678 > F_{tabel} 3,08$ maka hipotesis diterima dan hasilnya H_3 Variasi menu dan cita rasa secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Hasil Uji Derteminasi (R^2)

Uji derteminasi pada penelitian ini untuk mengetahui tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Derteminasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.622	.614	1.761

a. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Variasi Menu

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

Hasil uji diatas menyatakan bahwa nilai *R Square* merupakan konfisien derteminasi dengan hasil angka 0,622. Maka hail pada penelitian ini pengaruh variabel Variasi Menu (X_1) dan variabel Cita Rasa (X_2) mepengaruhi

Keputusan Pembelian (Y) 62,2%. Sedangkan sisanya sebanyak 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

4.2.7 Hasil Pembahasan Penelitian

Hasil pada penelitian ini yang diperoleh dari penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden menunjukkan bahwa keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman secara serempak dipengaruhi oleh:

1. Pengaruh Variasi Menu (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis diterima H_1 variasi menu berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini senada dengan hasil nilai rata-rata item pernyataan variabel variasi menu 4,28 yang menunjukkan kategori skala numerik LSR sangat setuju yang memberi arti bahwa variasi menu restoran ayam patuih memiliki tingkat keterimaan konsumen yang tinggi. Hasil ini menyimpulkan yang sama dengan hasil penelitian terdahulu dari (Rusdi et al., 2023) dengan judul penelitian “Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”.

Hasil penelitian terdahulu memiliki hasil bahwa secara parsial variasi menu, cita rasa, dan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian ini ada perbedaan penggunaan variabel yang digunakan yaitu pada variabel harga pada penelitian

terdahulu. Sedangkan penelitian ini hanya menggunakan variabel variasi menu, cita rasa, dan keputusan pembelian.

2. Pengaruh Cita Rasa (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian.

hipotesis diterima H_2 cita rasa berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini senada dengan hasil nilai rata-rata item pernyataan variabel cita rasa 4,24 yang menunjukkan kategori skala numerik LSR sangat setuju yang memberi arti bahwa cita rasa restoran ayam patuih memiliki tingkat penerimaan konsumen yang tinggi. Hasil ini menyimpulkan yang sama dengan hasil penelitian terdahulu dari (Dwi & Soebiantoro, 2022) dengan judul penelitian “¹⁶ Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Gubeng Kertajaya Surabaya”.

Hasil pada penelitian terdahulu menunjukkan cita rasa dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun perbedaan pada penelitian terdahulu yaitu penggunaan variabel persepsi harga

3. Pengaruh Variasi Menu (X_1) dan Cita Rasa (X_2) Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hipotesis diterima H_3 variasi menu dan cita rasa secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan hasil nilai *R Square* merupakan koefisien determinasi dengan hasil angka 0,622. Maka hasil pada penelitian ini pengaruh

variabel variasi dan variabel cita mempengaruhi keputusan pembelian (Y) 62,2%. Sedangkan sisanya sebanyak 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu (Agung Edy Wibowo & Gunawan, 2022) dengan judul penelitian “ Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana di Harbour Bay Batam”. Dalam penelitian terdahulu kepercayaan merek dan promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan promosi juga sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian berdasarkan uji regresi. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu dalam penggunaan pada variabel independen. Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel kepercayaan merek dan promosi, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel variasi menu dan cita rasa.

BAB V

PENUTUP

5.1² Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian pada bab sebelumnya , dapat penulis simpulkan sebagai berikut:

1. Variasi Menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman. Karena variasi menu yang ada di Ayam Patuih sangat banyak. Salah satu menu *best seller* Ayam Geprek dan Ayam Bakar karena menu ini paling laris dari data penjualan Ayam Patuih hasil wawancara dengan pemilik restoran. Dan penjualan terhadap menu lain yang disediakan Ayam Patuih sangat jauh perbedaanya.
2. Cita Rasa berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman. Karena cita rasa yang ada di ayam patuih memiliki cita rasa yang khas terhadap menu yang dihidangkan yaitu khas dengan rasa pedas dengan berbagai macam sambal yang disediakan yaitu sambal matah, sambal terasi, sambal hijau, sambal merah dan hidangan pedas lainnya. Oleh karena itu, Ayam Patuih sedikit sulit untuk konsistensi terhadap cita rasa menu pedas yang dimiliki karena bahan utamanya cabe dan cabe saat musim tertentu rasanya agak berubah.
3. Variasi menu dan cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kedua variabel tersebut sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Ayam Patuih. Hal ini dikarenakan variasi menu yang

dimiliki sebanyak 189 tetapi hanya beberapa menu saja yang menjadi menu *best seller* dan untuk cita rasa terhadap menu yang jarang dipesan sedikit kurang diperhatikan seperti yang terdapat pada indikator cita rasa pada penelitian ini.

5.2 Saran

Pada penelitian ini penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian dan sebagai bahan untuk memperdalam penelitian selanjutnya.
2. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian dengan mempertimbangkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian supaya menghasilkan hasil lebih beragam dan lebih luas.
3. Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman sebaiknya lebih memperhatikan lagi terhadap menu yang akan di jual dan memilih menu yang tidak perlu dijual karena penjualannya sedikit. Supaya, menu yang di inginkan konsumen Ayam Patuih tetap terjaga kondisinya dengan baik dan juga memperhatikan faktor-faktor lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen terhadap Restoran Ayam Patuih.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, M., & Pratama, T. (2022). Pengaruh Cita Rasa Dan Variasi Menu Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Aneka Seblak Sei Panas Kota Batam. *Jurnal Mata Pariwisata*, 1(2), 55–61.
- 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>
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Cholik, F. I., Rufial, & Sari, B. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi. *Ikraith-Ekonomika*, 1(5 maret), 481–486.
- ²⁸ Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1–10. <https://doi.org/10.30656/jm.v12i1.4428>
- Edy Wibowo, A., & Silitonga, F. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Intention To Use Jasa Transportasi Pt. Batam Fast Ferry Di Kota Batam. *Jurnal Cafeteria*, 1(2), 23–32. <https://doi.org/10.51742/akuntansi.v1i2.145>
- Edy Wibowo, A., & Wulandari, Y. (2020). *SPSS dalam riset layanan jasa dan kesehatan* (I). Penerbit Gava Media.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progra IBM SPSS 26* (Edisi 10).
- Kadek Yana Yagastama, I., Gusti Ayu Wimba, I., & Made Suasti Puja, I. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Cita Rasa, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warung Ikan Bakar Kubu Wisata Serangan. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 3(6), 1–9.
- ²² Mahfud, I. A., Soleh, A., & Nurzam, N. (2021). The Effect of Taste and Service Quality on Customer Satisfaction in Pertamina Mie Ayam Bakso, Kaur Regency. *Journal of Indonesian Management (JIM)*, 1(3), 244–251. <https://doi.org/10.53697/jim.v1i3.164>
- Manisar Nasution, L. (2017). STATISTIK DESKRIPTIF. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 49–55.
- ⁷ Palupi, O. A., & Putri, E. B. P. (2022). Relationship of halal awareness, selection of menu variation and nutrition knowledge with purchase decisions: a study on Chatime consumers in Surabaya. *Journal of Halal Research, Policy and Industry*, 1(1), 1–12.

- Riyani, D., Larashat, I., & Juhana, D. (2021). The Influence of Menu Variation and Service Quality on Guest Satisfaction At Hotel Victory Kefamenanu. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101.
- Rosie Oktavia, P. R., Mulyadi, T., Afriani, M., & Thandzir, M. (2022). Pengaruh Customer Rating Pada Minuman Kopi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Batam. *Jurnal Menata*, 1(1), 28–32.
- Rusdi, A., Syahputra, E., & Kusuma Wardhani, R. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laue Burger Bar Kediri. *Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05), 50–60.
- Sari sasi gendro, dea aulya. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
- Sutaguna, I. N. T., A, C. H. S., Razali, G., & Yusuf, M. (2023). Hanan Catering ' s Instagram promotions , pricing , and menu variety influence consumer purchasing decisions in Bandung. *International Journal of Economics and Management Research*, Vol. 2 No.
- Teguh, M. (2014). *Metode kuantitatif*.
- Wibasuri, A., & Susanti, N. (2023). *Pengaruh Brand Awariness Dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Penjualan Bakso Lapangan Tembak Mall Boemi Kedaton Lampung*. 1, 287–293.
- Wibowo, A E, Kurniawan, A., Forsia, L., & Nuraini, H. (2021). *Metodologi Penelitian Pegangan untuk Menulis Karya Ilmiah*. Penerbit Insania. <https://books.google.co.id/books?id=79JcEAAAQBAJ>
- Wibowo, Agung Edy, & Gunawan, A. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Restoran Sederhana Di Harbout Bay Batam. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(1), 57–67. <https://doi.org/10.32477/jrm.v9i1.364>

LAMPIRAN

45

Lampiran 1: Surat Permohonan Izin Observasi



POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
Jl. Gajah Mada, The Vitka City Complex
Tiban, Batam, Kepulauan Riau 29425
Indonesia

Telp + 62 778 354 0889
Email: info@btp.ac.id
<https://btp.ac.id>

Batam, 30 Agustus 2023

No : 120/D/KET-BTP/VIII/2023
Perihal : Permohonan Observasi Proyek Akhir

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman
di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Proyek Akhir sebagai syarat kelulusan, mahasiswa Program Studi Manajemen Devisi Kamar Batam Tourism Polytechnic akan melakukan kunjungan observasi dengan keterangan:

Nama : Andini Putri
NIM : 2020030067
Judul PA : Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman

Besar harapan kami pihak Manajemen Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman dapat mempersilakan mahasiswa tersebut melakukan observasi.

Demikianlah surat permohonan ini kami buat. Atas perhatian dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

M. Nur A Nasution, S.Sos., M.Pd., CHA
Direktur Batam Tourism Polytechnic

Lampiran 2 : Surat Izin Observasi



AYAM PATUIH

Pariaman, 14 September 2023

Perihal: persetujuan izin observasi dan pengambilan data penelitian

Kepada Yth,
Ketua Program Studi D4 Manajemen Kuliner
Di tempat

Dengan Hormat,

Berdasarkan surat permohonan izin observasi dan pengambilan data kepada Mahasiswa:

Nama : Andini Putri
NIM : 2020030067
Program Studi : Manajemen Kuliner

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa tersebut diatas dapat kami terima untuk melakukan observasi dan pengambilan data yang akan di pergunakan untuk menyelesaikan penelitian. Atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami


Lukman Hakim

Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER

PENGARUH VARIASI MENU DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RESTORAN AYAM PATUIH DI KOTA PARIAMAN

Angket ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya variasi menu dan cita rasa terhadap keputusan pembelian di Restoran Ayam Patuih. Saya berharap bapak/ibu/sdr/sdri dapat mengisi jawaban dengan jujur. Demikian atas perhatiannya untuk waktu luang pengisian anget ini, saya ucapkan terimakasih.

Apakah anda sebelumnya pernah melakukan pembelian di Restoran Ayam Patuih?

Iya / Tidak

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

48
Jenis kelamin :

a) Pria

b) Wanita

Usia :

a) 15 – 24 Tahun

b) 25 – 34 Tahun

c) 35 – 44 Tahun

d) Di atas 45 Tahun

Pekerjaan :

- a) Pelajar / Mahasiswa
- b) Pegawai Swasta
- c) Wiraswasta
- d) Lainnya

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Jawablah dengan keadaan yang sebenarnya tanpa ada paksaan dan tidak mengosongkan jawaban .
2. Beri tanda (X) pada kolom jawaban yang tersedia, dan untuk keterangan kode jawabannya ditulis dibawah sebagai berikut.

Keterangan :

1. TS = ⁷ Tidak Setuju
2. KS = Kurang Setuju
3. N = Ragu-ragu/ Netral
4. S = Setuju
5. ST = Sangat Setuju

No	Pernyataan	TS	KS	N	S	ST
		1	2	3	4	5
1	Saya puas dengan porsi hidangan yang disajikan oleh Restoran Ayam Patuih					
2	Porsi hidangan yang disajikan sesuai dengan yang saya pesan					
3	Restoran Ayam Patuih memiliki banyak pilihan menu					
4	Menu yang saya inginkan selalu ada saat saya pesan					
5	Jenis hidangan yang disajikan sesuai dengan keinginan saya					
6	Menu yang disajikan Restoran Ayam Patuih dapat memenuhi selera saya					
7	Tampilan makanan dan minuman yang dihidangkan di Restoran Ayam Patuih sangat menarik					
8	Aroma makanan dari Restoran Ayam Patuih sangat menggugah selera					
9	Semua rasa (Asam, Manis, Pahit, Asin, dan Gurih) menu makanan dan minuman dari Restoran Ayam Patuih nikmat untuk di santap					
10	Makanan yang disajikan Restoran Ayam Patuih memiliki tekstur lembut / kasar dengan baik.					
11	Suhu Hidangan pada Restoran Ayam Patuih disajikan sesuai dengan jenis hidangan yang dipesan					
12	Menu makanan dan minuman di Restoran Ayam Patuih sesuai dengan kebutuhan saya.					
13	Saya memutuskan membeli makanan dan minuman di Restoran Ayam Patuih sesuai dengan kenyataan yang ada.					
14	Informasi yang diberikan tentang makanan dan minuman di Restoran Ayam Patuih sesuai dengan kenyataan yang ada					
15	Restoran Ayam Patuih sebagai alternatif utama dalam memenuhi keinginan saya dalam membeli makan dan minuman.					
16	Saya memutuskan membeli makanan dan minuman di Restoran Ayam Patuih karena sesuai dengan keinginan saya.					

17	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan di Restoran Ayam Patuih.					
18	Saya akan datang kembali ke Restoran Ayam Patuih untuk melakukan pembelian selanjutnya.					

Lampiran 4 : Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara

Daftar pertanyaan ini digunakan untuk kebutuhan data yang ingin didapatkan oleh penulis dari hasil wawancara dengan narasumber pemilik Restoran Ayam Patuih untuk penelitian “ Pengaruh Variasi Menu dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman”.

1. Sejak kapan Restoran Ayam Patuih di buka?
2. Apa ciri khas menu dari Ayam Patuih?
3. Bagaimana struktur organisasi di restoran Ayam Patuih?
4. Berapa rata-rata pengunjung ayam patuih selama 1 hari?
5. Ayam patuih dibuka dari jam berapa?
6. Bagaimana karakteristik pengunjung yang sering datang ke Ayam Patuih?
7. Berapa menu yang dimiliki Restoran Ayam Patuih?
8. Apa menu yang sering di order pembeli dan menu yang jarang di order pembeli?
9. Menu di restoran Ayam Patuih banyak, apa kendala dalam memiliki banyak menu di restoran ayam patuih?

Jawaban

1. Di buka dari tahun 2020
2. Ciri khasnya dari sambalnya yaitu pedas
3. Memiliki 5 orang waiters, 1 orang kasir, dan 5 orang bagian dapur.

4. 100 sampai 150 orang tergantung kadang ini tidak menentu
5. Di buka dari jam 10.30 pagi hingga 22.00 malam setiap senin sampai minggu
6. Karena restoran ayam patuih terletak di pusat kota jadi biasa yang datang kesini seperti pegawai swasta, pegawai negeri, ada pelajar juga karena dekat juga dari sekolah-sekolah, masyarakat sekitar, dan kadang ada wisata dari luar kota seperti wisatawan dari kota padang, bukittinggi, lubuk basung dan sekitarnya.
7. Ada banyak menu tetapi itu termasuk menu minuman, snacks, dan menu lainnya.
8. Biasaya menu yang sering di pesan ayam bakar, ayam geprek, ayam penyet, ayam patuih, dan lele goreng. Untuk menu yang jarang dipesan seperti iga sapi rica-rica, cumi tumis, bebek patuih, terong balado, dan sop iga bakar
9. Kendalanya dari cabe, ayam patuih punya ciri khas pedas kalau cabe lagi murah ga kerasa pedasnya padahal resepnya sama aja kalau cabe mahal rasanya pedas. Dan menu yang jarang di order tiba-tiba ada yang order, prepare bahan buat menu itu belum ada persiapan.

Lampiran 5 : Tabel Tabulasi Penelitian

Variasi Menu							Cita Rasa					Keputusan Pembelian								
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Total Y
3	5	4	3	4	3	22	3	3	3	4	4	17	3	3	3	2	3	3	2	19
4	3	4	3	4	3	21	2	3	3	4	3	16	4	4	4	3	3	3	3	24
4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	4	4	30
4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	4	4	29
5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	5	29
4	5	4	5	5	5	28	5	4	4	5	4	22	4	5	4	5	5	5	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	4	4	28	5	4	5	4	5	23	4	5	4	4	5	5	5	32
4	5	4	4	4	4	25	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	4	4	4	29
4	5	4	4	4	4	25	4	5	4	4	3	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	3	3	4	22	3	4	3	3	3	17	3	4	4	3	4	4	3	25
5	5	5	4	5	4	28	5	4	3	5	2	19	5	5	5	2	5	5	5	32
4	2	4	4	2	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	5	4	4	26	5	5	5	5	4	24	4	5	4	4	5	4	4	30
5	5	4	4	5	5	28	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	4	4	4	29
4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	34
4	4	4	3	3	3	21	4	4	3	3	3	17	4	4	4	2	3	3	3	23
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
3	4	4	2	4	3	20	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	4	4	3	26
4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	5	5	22	5	4	5	4	4	4	5	31
4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	4	23	4	5	4	5	5	5	4	32
4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	5	4	23	4	5	4	5	5	5	4	32
4	4	5	5	5	4	27	5	5	5	4	4	23	5	4	5	4	4	5	5	32
4	5	4	4	4	5	26	4	4	3	4	4	19	3	4	5	4	4	4	5	31
4	5	4	4	4	4	25	4	4	3	4	4	19	3	4	5	4	3	3	3	25
4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	3	26
4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	22	4	4	4	3	4	5	4	28
4	5	4	3	5	4	25	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	19	4	3	4	3	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	3	23	4	4	3	4	4	19	4	4	3	3	3	3	4	24
4	4	4	4	4	5	25	5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	4	5	5	31
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	5	4	31
4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	5	4	29
5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	3	23	4	3	3	3	3	16	3	4	4	3	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	25	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	21	4	4	4	3	4	4	4	27
4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	3	27
4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	4	18	4	4	4	3	4	4	4	27
4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	4	4	27
5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	5	4	31
4	5	4	5	4	5	27	5	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	27
4	5	4	4	4	3	24	4	3	3	4	4	18	4	4	3	3	4	4	4	26
4	4	5	5	4	5	27	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	4	4	30
4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	21	4	4	4	3	4	4	4	26
4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	5	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	5	26	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	4	4	30
5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	22	5	4	5	4	5	4	5	32
4	4	5	4	5	4	27	5	5	5	4	5	23	4	4	4	4	4	4	5	28
5	5	5	4	5	5	29	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	5	4	31
5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	4	4	31
4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	5	26	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	4	4	30
5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	22	5	4	5	4	5	4	5	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	5	5	4	32
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	5	26	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	4	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	33
4	4	4	4	4	5	26	5	4	4	5	4	22	5	5	5	4	4	4	4	30
5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	23	4	5	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	4	4	26
5	4	4	4	4	5	26	5	4	5	4	5	22	5	5	5	5	4	5	4	33
4	4	4	4	5	4	26	5	4	5	4	5	23	4	5	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5	33
4	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	4	4	30
5	4	5	4	5	4	27														

Lampiran 6 : Menu Restoran Ayam Patuih





GURAMI
TAUPA LUKSI

- Gurame Goreng 15 K/ons
- Gurame Bakar 15 K/ons
- Gurame Rica Rica 18 K/ons
- Gurame Pedas Manis 18 K/ons
- Gurame Dorr 18 K/ons
- Sop Gurame 18 K/ons



STEAK
TAUPA LUKSI

- Chicken Crispy Steak 25 K
- Chicken Original Steak 15 K
- Beef Crispy Steak 30 K



IKAN ASIN
TAUPA LUKSI

- Ikan Asin Porsi Full 20 K
- Ikan Asin Porsi Setengah 15 K



MIE PATUH
TAUPA LUKSI

- Mie Patuh Lv. 0 - 3 10 K
- Mie Patuh Pedas Lv. 4-5 12 K

+ TOPPING

- Ceplok/Dadar Biasa 5 K
- Sosis 5 K
- Nugget 5 K



LADO
TAMBAHAN

- Terasi 3 K
- Bali 3 K
- Balado 3 K
- Patuh Merah 5 K
- Patuh Ijo 5 K
- Rica Rica 7 K
- Dadak 8 K
- Lado Kecap 3 K



NASI GORENG

- Nasi Goreng Biasa 15 K
- Nasi Goreng Petai 18 K
- Nasi Goreng Teri 20 K
- Nasi Goreng Udang 25 K
- Nasi Sambo 18 K



MIE, BIHUN, KWETIAU

- Mie Goreng/Rebus Biasa 15 K
- Bihun Goreng/Rebus Biasa 15 K
- Kwetiau Goreng/Rebus Biasa 15 K
- Mie Lada Hitam 25 K

+ TOPPING

- Ceplok/Dadar Biasa 5 K
- Udang 10 K



SOTO
TAUPA LUKSI

- Soto Ayam 15 K
- Soto Ceker 18 K
- Soto Babat 20 K
- Soto Paru 20 K
- Soto Daging 20 K



NILA
TAUPA LUKSI

- Nila Patuh 17 K
- Nila Goreng 15 K
- Nila Bakar 16 K
- Nila Dorr 20 K
- Nila Pedas Manis 20 K
- Nila Kremezz 20 K
- Nila Rica Rica 20 K



LELE
TAUPA LUKSI

- Lele Patuh 16 K
- Lele Goreng 14 K
- Lele Bakar 15 K
- Lele Dorr 19 K
- Lele Kremezz 19 K
- Lele Rica Rica 19 K



IKAN LAUT
TAUPA LUKSI

- Pindang Ikan Laut 35 K
- Gulai Putih Tongkol 30 K
- Kembung Balado 15 K



SAPI
TAUPA LUKSI

- Daging Gepuk 20 K
- Daging Pedas Manis 25 K
- Babat Goreng 20 K
- Paru Goreng 20 K
- Sop Iga Sapi 50 K
- Iga Rica Rica 55 K
- Sop Iga Bakar/Perut 60 K



SAYUR

- Cah Kangkung 10 K
- Cah Kangkung Udang 20 K
- Kangkung Balado Teri 18 K
- Cah Toge 10 K
- Toge Balado Teri 18 K
- Capcay Biasa 15 K
- Capcay Ayam 20 K
- Capcay Udang 25 K
- Capcay Spesial 30 K



SEAFOOD
TAUPA LUKSI

- Udang Goreng 25 K
- Udang Tumis 45 K
- Udang Pedas Manis 45 K
- Cumi Tumis 45 K
- Cumi Pedas Manis 45 K
- Kepiting Sop 45 K
- Kepiting Tumis 45 K
- Mix Seafood 125 K

SNACK

- Baso Bakar 15 K
- Tahu Baso Bakar 15 K
- Kentang 15 K
- Sosis 15 K
- Sosis Bakar 15 K
- Nugget 15 K
- Otak Otak 15 K
- SoHake 20 K
- Roti Bakar Float 20 K
- Burger 20 K
- Seblak 20 K
- Baso Aci 25 K

PEMEPEK

- Pempek Lenjer 20 K
- Pempek Selam 23 K
- Pempek Kulit 20 K
- Pempek Adaan 20 K
- Tekwan Biasa 20 K
- Tekwan Udag 30 K

TAMBAHAN

- Nasi 5 K
- Ceplok 5 K
- Dacar Spesial 10 K
- Tahu 7 K
- Tempe 7 K
- Lalapan 5 K
- Kerupuk 5 K
- Terong Balado 10 K
- Jengkol Balado 20 K
- Jengkol Rica Rica 20 K

MINUMAN

TEH

- Teh Manis 5 K
- Ocha Tea 10 K
- Lemon Tea 12 K
- Teh Tarik 12 K
- Teh Leci 18 K
- Teh Tarik Cincin 13 K

KOPI

- Kopi Putih 12 K
- Kopi Tarik 13 K
- Kopi Milo 15 K
- Cappuccino 15 K
- Latte Brown Sugar 15 K
- Kopi Jahe 13 K
- Kopi Tarik Cincin 14 K

SUSU

- Susu 12 K
- Susu Milo 15 K
- Coklat Susu 15 K
- Susu Jahe 13 K
- Susu Mangga 15 K
- Susu Leci 15 K
- Susu Stroberi 15 K
- Susu Galaxi 15 K

FRUITY

- Jeruk 12 K
- Lemonade 13 K
- Blackcurrant 13 K
- Leci 15 K
- Stroberi 15 K
- Timun Serut Coco 12 K

P : Panas
D : Dingin

MINUMAN

YAKULT

- Blackcurrant Yakult 17 K
- Lemonade Yakult 17 K
- Mangga Yakult 17 K
- Leci Yakult 17 K
- Galaxi Yakult 17 K
- Leci Yakult 20 K
- Stroberi Yakult 20 K

JUS & FLOAT

- Jus Pokab 18 K
- Jus Mangga 18 K
- Jus Naga 18 K
- Jus Stroberi 18 K
- Orange Float 18 K
- Blackcurrant Float 18 K
- Mangga Float 18 K
- Stroberi Float 18 K
- Leci Float 18 K
- Coklat Float 18 K
- Es Doger Float 20 K
- Sop Buah Float 20 K

MINUMAN KENDAH

- Wedang Jahe 13 K
- Wedang Uwuh 13 K
- Wedang Pertamax 13 K
- Wedang Sereh 13 K
- Wedang Tolak Angin 13 K
- Wedang Kunir Asem 13 K
- Wedang Langsing 15 K
- Wedang Rapa Ayu 15 K
- Wedang Rosella 15 K

MURNI

- Jeruk 20 K
- Pokab 25 K
- Mangga 25 K
- Naga 25 K

P : Panas
D : Dingin

Menu Book by
www.y25.my.id

Lampiran 7 : Hasil Uji Validitas

3 Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.225*	.398**	.332**	.370**	.285**	.642**
	Sig. (2-tailed)		.024	.000	.001	.000	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.225*	1	.256*	.286**	.310**	.175	.581**
	Sig. (2-tailed)	.024		.010	.004	.002	.082	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.398**	.256*	1	.330**	.314**	.256*	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010		.001	.001	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.332**	.286**	.330**	1	.287**	.555**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.001		.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.370**	.310**	.314**	.287**	1	.242*	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.004		.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.285**	.175	.256*	.555**	.242*	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.004	.082	.010	.000	.015		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total.X1	Pearson Correlation	.642**	.581**	.638**	.730**	.643**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.450**	.520**	.272**	.349**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.450**	1	.481**	.472**	.262**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.520**	.481**	1	.335**	.619**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.272**	.472**	.335**	1	.310**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.001		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.349**	.262**	.619**	.310**	1	.700**
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.000	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total.X2	Pearson Correlation	.731**	.731**	.829**	.630**	.700**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

6 Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Total.Y
Y1	Pearson Correlation	1	.250*	.478**	.404**	.487**	.353**	.511**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.250*	1	.353**	.473**	.340**	.413**	.439**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.012		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.478**	.353**	1	.401**	.417**	.243*	.460**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.015	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.404**	.473**	.401**	1	.514**	.461**	.427**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.487**	.340**	.417**	.514**	1	.622**	.487**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.353**	.413**	.243*	.461**	.622**	1	.444**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.015	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.511**	.439**	.460**	.427**	.487**	.444**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total.Y	Pearson Correlation	.685**	.652**	.660**	.770**	.765**	.703**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Lampiran 8 : Hasil Uji Reliabilitas

Variasi Menu

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.725	6

Cita Rasa

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	23

Keputusan Pembelian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

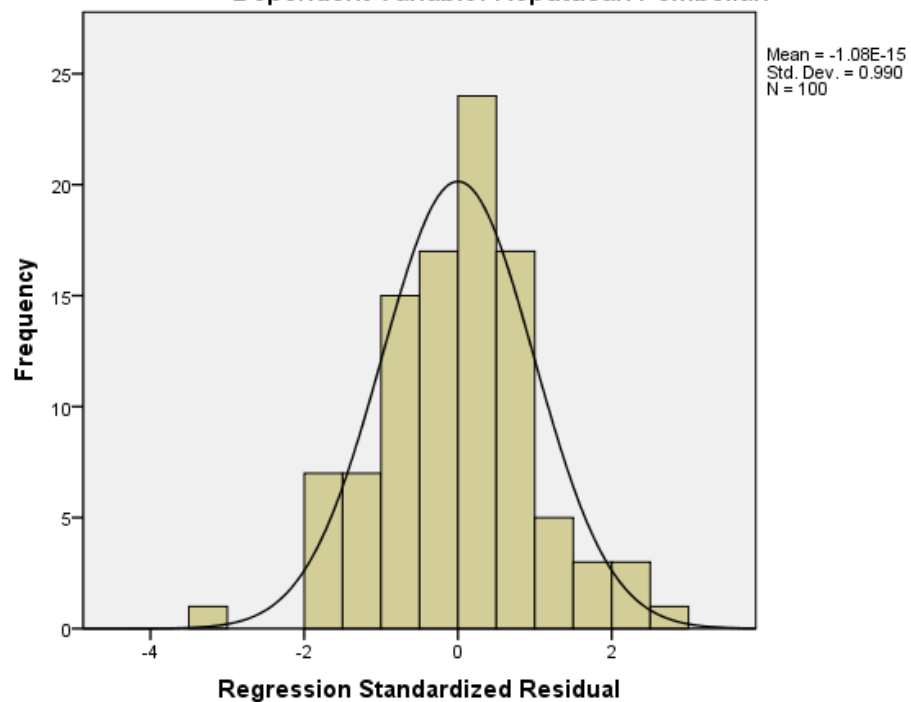
Reliability Statistics

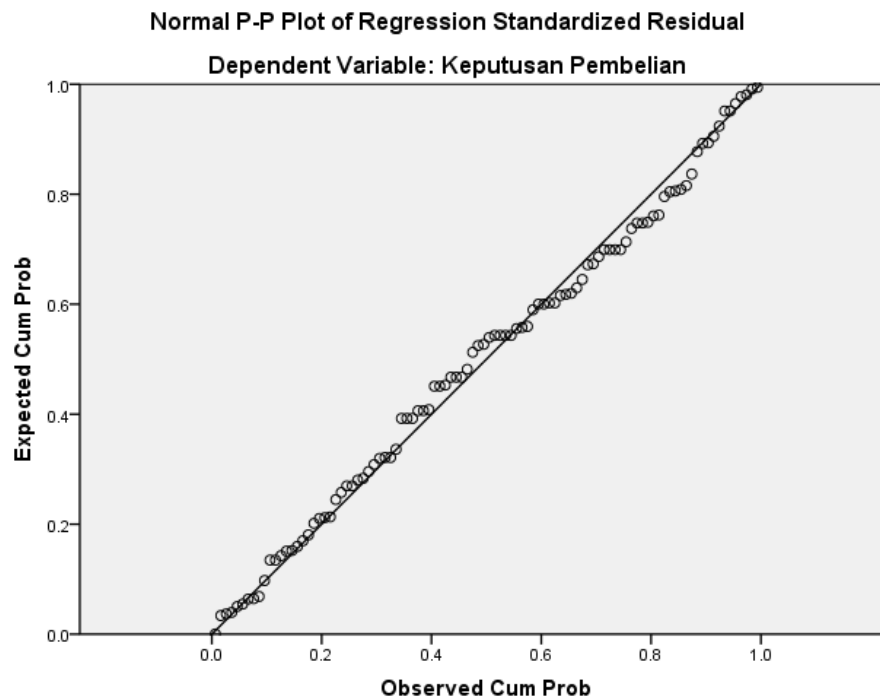
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.835	7

Lampiran 9 : Hasil Uji Normalitas

Histogram

Dependent Variable: Keputusan Pembelian





Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.962	1.374		1.428	.157
Variasi Menu	.042	.072	.083	.590	.556
Cita Rasa	-.081	.075	-.152	-1.086	.280

a. Dependent Variable: Abs_Res

Lampiran 10 : Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.739	2.164		1.728	.087		
	Variasi Menu	.336	.113	.257	2.966	.004	.520	1.923
	Cita Rasa	.800	.118	.588	6.792	.000	.520	1.923

46. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 11 : Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Cita Rasa, Variasi Menu		Enter

37. All requested variables entered.
38. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.739	2.164		1.728	.087		
	Variasi Menu	.336	.113	.257	2.966	.004	.520	1.923
	Cita Rasa	.800	.118	.588	6.792	.000	.520	1.923

39. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	494.034	2	247.017	79.679	.000 ^a
	Residual	300.716	97	3.100		
	Total	794.750	99			

35. Predictors: (Constant), Cita Rasa, Variasi Menu
36. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 12 : Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.739	2.164		.087
	Variasi Menu	.336	.113	.257	.004
	Cita Rasa	.800	.118	.588	.000

20 a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 13 : Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	494.034	2	247.017	79.679	.000 ^a
	Residual	300.716	97	3.100		
	Total	794.750	99			

Lampiran 14 : Dokumentasi Penelitian

Restoran Ayam Patuih di Kota Pariaman



Foto penyebaran kuesioner kepada responden konsumen Ayam Patuih



Foto bersama pemilik Restoran Ayam Patuih di Kota Pariaman



Lampiran 15 : Data Penjualan Ayam Patuih Bulan Agustus 2023

Jumlah Data Penjualan Ayam Patuih Bulan Agustus 2023

Nama Menu	Jumlah
Ayam Bakar	1461
Ayam Geprek	1062
Ayam Penyet	777
Ayam Patuih	385
Lele Goreng	196
Mineral	270
Teh Manis	263
Jeruk	173
Mie Patuih LV 0-3	170
Lemon tea	134
Lado Terasi	131
Soto Ayam	129
Nasi Goreng Biasa	122
Telur Ceplok	118
Cah Kangkung	115
Lado Bali	110
Kerupuk Putih	109
Ayam Rica - rica	104
Telur dadar biasa	104
Ayam Kremezz	99
Chicken crispy steak	90
Kentang	84
Kerupuk Putih	75
Balado	74
Jus Pokat	62
Nila goreng	59
BrowKat	59
Lele Bakar	57
Jus Mangga	54
Susu Milo	51
Nila Bakar	51
Ayam Dorr	48

Patuih Merah	46
Ayam Geprek Rica-rica	44
Ceker Rica-Rica	43
Es Kosong	41
Sayur Asam	40
Capcay Biasa	39
Nasi Goreng Rica-rica	38
Lado Rica-Rica	36
Ayam Tumis Krispi	30
Ayam Pedas Manis	29
Nasi Goreng Patai	28
Teh Botol 330 ml	25
Cappucino	24
Teh Leci	22
Ayam Goreng Tim	22
Nuget	22
Kopi Patuih	20
Ati Ampela Goreng	19
Ceker Balado	18
Baso Bakar	14
Gurame Bakar 15k/ons	14
Cah Toge	13
Otak-Otak	13
SoNaKe	13
Orange Float	13
Mie Patuih Pedas Lv 4-5	13
Ayam Kampung Goreng	13
Bebek Bakar	13
Teh Tarik	13
Kwetiau Rebus	11
Patuih Ijo	11
Jus Naga	11
Ayam Kampung Kremezz	11
Leci Yakult	10
Bihun Goreng	9
Paru Goreng	9
Timun Serut Coco	9
Sop Iga Sapi	9
Beef Crispy Steak	9
Ayan Kampung Bakar	9

Susu	8
Blackcurrant	8
Ikan Asin	8
Sosis	8
Mangga Float	8
Leci Float	8
Lele Kremezz	8
Udang Asam Manis	7
Capcay Ayam	7
Tahu	7
Mangga Yakult	7
Coklat susu	7
Ati Ampela Rica-rica	6
Soto Daging	6
Lemonade	6
Gurame Rica-Rica 15k/ons	5
Ayam Kampung Patuih	5
Susu Mangga	5
Nila Rica-rica	5
Cumi Pedas Manis	5
Pokat Murni	4
Blackcurrant Yakult	4
Kopi Milo	4
Leci	4
Sop Ceker	4
Jengkol Balado	3
Red Velvet	3
Soto Babat	3
Bebek Goreng	3
Nila Pedas Manis	3
Lemonade Yakult	3
Mangga Murni	3
Stoberi Yakult	3
Soto Paru	3
Wedang Jahe	3
Wedang Kunir Asem	3
Wesang Rosella	3
Mie Rebus	2
Ayam Kampung Rica-rica	2
Udang Goreng	2

Ocha Tea	2
Chicken Original Steak	2
Galaxi Yakult	2
Lele Rica-rica	2
Kepiting Sop	2
Kepiting Tumis	2
Blackcurrant Float	2
Kopi Tarik	2
Daging Gepuk	2
Jeruk murni	2
Nasi Goreng Udang	2
Stoberi Float	2
Susu Leci	2
Susu Jahe	2
Iga Sapi Rica-rica	1
Cumi Tumis	1
Bebek Patuih	1
Terong Balado	1
Sop Iga Bakar	1

RIWAYAT HIDUP



Andini Putri, Lahir di Jakarta pada tanggal 13 Juni 2001, merupakan anak sulung dari pasangan bapak Yefri dan ibu Susi Sumanti. Penulis menempuh pendidikan diawali dari pendidikan TK Negeri 1 Padang, dilanjutkan belajar di SDN Ulijami 01 Pagi dari kelas 1 sampai 2 dan penulis pindah ke SD Negeri Terandang, Padang dari kelas 3 dan 4 dan penulis pindah lagi ke SDN 007 Sekupang dari kelas 5 dan 6. Penulis melanjutkan pendidikan MTsN VII Koto, Padang Pariaman dan ke SMK Negeri 3 Cimahi jurusan Tata Boga. Pada tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Swasta yaitu Politeknik Pariwisata Batam dengan mengambil Diploma IV (D4) Program studi Manajemen Kuliner selama kurun waktu 4 tahun. Selama proses perkuliahan penulis melangsungkan *On The Job Trainng* sebanyak 2 kali dalam 8 semester, dimana pada *On The Job Training* pertama penulis melakukan *On The Job Training* di Hotel Tentrem Yogyakarta.

● 21% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 15% Internet database
- Crossref database
- 18% Submitted Works database
- 5% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	eprints.walisongo.ac.id	Internet	3%
2	vitka on 2022-12-20	Submitted works	2%
3	Sriwijaya University on 2022-01-13	Submitted works	1%
4	Universitas Nasional on 2022-01-31	Submitted works	1%
5	vitka on 2023-12-27	Submitted works	<1%
6	Sriwijaya University on 2022-01-21	Submitted works	<1%
7	eprints.iain-surakarta.ac.id	Internet	<1%
8	vitka on 2022-12-20	Submitted works	<1%

9	repository.uin-alauddin.ac.id	<1%
	Internet	
10	Universitas Jember on 2019-06-21	<1%
	Submitted works	
11	repository.usd.ac.id	<1%
	Internet	
12	Universitas Nasional on 2022-08-10	<1%
	Submitted works	
13	repository.uinsaizu.ac.id	<1%
	Internet	
14	Universitas Diponegoro on 2017-06-21	<1%
	Submitted works	
15	repository.uinjambi.ac.id	<1%
	Internet	
16	Lisa Dwi, Ugy Soebiantoro. "Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Te...	<1%
	Crossref	
17	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	<1%
	Submitted works	
18	Universitas Nasional on 2021-01-25	<1%
	Submitted works	
19	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
	Internet	
20	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
	Submitted works	

21	vitka on 2022-08-08	<1%
	Submitted works	
22	Ade Perdana Siregar, Nofirman Nofirman, Muhammad Yusuf, Imam Ja...	<1%
	Crossref	
23	Universitas Islam Indonesia on 2018-01-22	<1%
	Submitted works	
24	Universitas Putera Batam on 2019-11-06	<1%
	Submitted works	
25	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	<1%
	Submitted works	
26	repository-feb.unpak.ac.id	<1%
	Internet	
27	repository.uin-suska.ac.id	<1%
	Internet	
28	Annatiqa Rismayanti, Ignatius Hari Santoso. "Store Atmosphere, Word ...	<1%
	Crossref	
29	digilibadmin.unismuh.ac.id	<1%
	Internet	
30	repository.upstegal.ac.id	<1%
	Internet	
31	Universitas Putera Batam on 2022-01-27	<1%
	Submitted works	
32	University of Leicester on 2023-08-12	<1%
	Submitted works	

33	digilib.uinkhas.ac.id	Internet	<1%
34	stie-pembangunan on 2023-11-13	Submitted works	<1%
35	Universitas Diponegoro on 2018-10-01	Submitted works	<1%
36	Sriwijaya University on 2020-11-16	Submitted works	<1%
37	Universitas Diponegoro on 2023-01-31	Submitted works	<1%
38	Universitas Diponegoro on 2017-07-24	Submitted works	<1%
39	Universitas Putera Batam on 2018-11-26	Submitted works	<1%
40	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	Submitted works	<1%
41	Universitas Putera Batam on 2019-06-19	Submitted works	<1%
42	digilib.uin-suka.ac.id	Internet	<1%
43	repository.stieipwija.ac.id	Internet	<1%
44	Budi Susanto, Nursamsu Nursamsu. "PENGARUH BAURAN PEMASAR...	Crossref	<1%

45	Federal University of Technology on 2023-08-24	<1%
	Submitted works	
46	Universitas Muhammadiyah Ponorogo on 2020-07-06	<1%
	Submitted works	
47	Universitas Mulawarman on 2021-01-15	<1%
	Submitted works	
48	Universitas Muria Kudus on 2017-09-18	<1%
	Submitted works	
49	dokumen.tips	<1%
	Internet	
50	eprints.undip.ac.id	<1%
	Internet	
51	repository.pelitabangsa.ac.id:8080	<1%
	Internet	
52	Andini Dwi Saputri, Susi Handayani, Muhammad Kurniawan DP. "Penga...	<1%
	Crossref	
53	Dea Anisa Yusuf, Altje L. Tumbel, Djemly Woran. "PENGARUH KUALITA...	<1%
	Crossref	
54	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2021-...	<1%
	Submitted works	
55	Fredirikus Timo. "PENGARUH VARIASI MENU DAN KUALITAS PELAYA...	<1%
	Crossref	
56	Nilly Yuliani Kaawoan. "PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, PRESEPSI ...	<1%
	Crossref	

57

Universitas Nasional on 2022-03-11

Submitted works

<1%