

# PENGARUH VARIASI MENU, CITA RASA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA APPARA COFFEE

(THE INFLUENCE OF MENU VARIATION, TASTE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER'S PURCHASE INTEREST IN APPARA COFFEE)

Mufdiasti Rahmadian<sup>1</sup> Eva Amalia<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

## ABSTRACT

Penelitian ini dibuat dengan tujuan adalah agar dapat mengetahui pengaruh variasi menu terhadap minat beli konsumen pada Appara Coffee, pengaruh cita rasa terhadap minat beli konsumen pada Appara Coffee, pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Appara coffee. Pengaruh variasi menu, cita rasa, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Appara coffee. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, pengumpulan datanya melalui kuesioner dan observasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variasi makanan, cita rasa dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Appara Coffee. Penelitian ini juga menggunakan regresi berganda sebagai metode analisis dengan menggunakan program SPSS.

Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa variasi menu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen dibuktikan dengan nilai sebesar  $0,071 < 0,05$  dan nilai thitung  $1,813 > 2,342$ . Cita rasa berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan secara signifikan dibuktikan dengan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung adalah  $3,642 > 2,342$ . Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan dengan nilai sebesar  $0,207 < 0,05$  dan nilai thitung adalah  $1,266 > 2,342$ . Dan pada uji (f) pengaruh variasi menu, cita rasa dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen senilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansinya maka dapat dinyatakan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Adapun nilai R Square sebesar 0,360 yaitu 36,0%. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel variasi menu, cita rasa, dan kualitas produk terhadap minat beli sebesar 36,0 % sedangkan selebihnya yaitu 64,0% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : Variasi Menu, Cita Rasa, Kualitas Produk, Minat Beli, Appara Coffee

## PENDAHULUAN

Bisnis .kuliner di Indonesia sangatlah berkembang pesat sehingga para pelaku bisnis berlomba-lomba melakukan persaingan dengan membuat standar produk yang dihasilkannya. Hal ini dikarenakan kualitas suatu produk menentukan berhasil tidaknya produk tersebut menembus pasar. Menurut (Kotler & Armstrong, 2012) *"Product quality is the best characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs"*.

Pada saat sekarang ini bisnis yang sangat diminati oleh para pelaku bisnis di Indonesia adalah bisnis kafe dikarenakan bisnis yang bergerak di bidang kuliner ini memiliki profit yang cukup besar dan juga banyak diminati oleh masyarakat khususnya kalangan muda. Perkembangan kafe sekarang ini khususnya di kota Batam semakin berkembang dengan pesat. Banyak kafe-kafe dengan berbagai macam konsep atau ide yang ditawarkan untuk memikat konsumen baik dari kalangan muda maupun kalangan orang tua.

Salah satu *Coffee Shop* yang sedang digandrungi masyarakat Batam terutama para remaja adalah *Appara Coffee* dikarenakan tempatnya yang strategis yang berada di Jalan Gajah Mada No. 12 Kel. Baloi Indah Kec. Lubuk Baja Kec, Sekupang, Kota Batam

lebih tepatnya berada di dalam Baloi View Apartemen. Setelah peneliti melakukan observasi pada *Appara Coffee*, yang penulis amati adalah ramainya konsumen yang datang untuk berkunjung dan menikmati produk makanan dan minuman, walaupun bisnis ini adalah *coffee shop*, produk makanan yang disediakan tidak kalah banyak dengan produk minuman karena ditempat ini banyak juga disediakan produk makanan sehingga konsumen bebas untuk memilih menu yang mereka inginkan, sehingga penulis terdorong untuk melakukan penelitian di tempat ini dengan meneliti variasi menu, cita rasa, dan kualitas produk makanan.

*Appara Coffee* memiliki beragam menu yang berbeda-beda berdasarkan harga, penampilan, rasa, dan bahan yang digunakan. Hal ini dilakukan agar pelanggan memiliki banyak pilihan yang dapat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan merek. Selain itu, Variasi makanan ini dilakukan agar *Appara Coffee* memiliki keragaman menu yang tidak membuat pelanggan bosan sehingga pelanggan dapat terus datang kembali untuk menikmati menu lain yang belum pernah mereka pesan sebelumnya. Karena dengan penampilan, aroma, tekstur, dan rasa mampu memberikan cita rasa yang khas dan sesuai selera konsumen, maka minat pelanggan untuk membeli untuk membeli produk sangatlah kuat. Di *Appara Coffee* menyajikan ragam cita rasa dikarenakan memiliki banyak varian menu makanan

seperti snack dan menu utama serta memiliki ragam minuman non coffee dan coffee.

Banyaknya café yang hadir di Kota Batam membuat persaingan di bidang bisnis tersebut semakin ketat karena disebabkan oleh berbagai varian menu dengan variasi bentuk serta rasa dan tekstur yang sesuai dengan produk yang dihadirkan. Alasan penulis melakukan penelitian dengan objek konsumen di Appara Coffee dikarenakan telah banyak rekomendasi dari berbagai pihak tentang Appara Coffee. Pada tahun 2022 Appara mengalami penurunan disebabkan sudah banyak pesaing yang menjual produk yang sama. Maka dari itu Owner Appara harus memiliki ide-ide yang baru agar bisa bertahan atau meningkatkan penjualan dengan cara memiliki Variasi Menu, Cita rasa dan Kualitas Produk yang berbeda. maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Appara Coffee”**. Dibahas pula mengenai beberapa rumusan masalah yang disusun oleh penulis yaitu menganalisis mengenai seberapa besar pengaruh variasi makanan, cita rasa, dan kualitas produk di Appara Coffee terhadap minat beli konsumen di Batam.

## BAHAN DAN METODE

### Desain Penelitian

Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur egative atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). (Pratama, 2019). Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan rumus egative untuk membantu menganalisis dan dan fakta yang diperoleh.

Menurut Sugiyono (2013:53) penelitian deskriptif merupakan suatu rumusan masalah yang berkaitan dengan pernyataan terhadap dengan keberadaan

variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel mandiri adalah variabel yang berdiri sendiri, bukan variabel independen, karena kalau variabel independen selalu dipasangkan dengan variabel dependen. Maka dari itu, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif.

### Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Untuk populasi dalam penelitian ini ialah pelanggan Appara Coffee yang berjumlah lebih kurang sekitar 1.100 pada tahun 2022 dari bulan Januari – Februari.

#### 2. Sampel

Menurut Sugiyono, dalam jurnal penelitian (Sari, 2020) menyatakan bahwa sampel adalah jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana waktu, dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam hal ini penulis mengambil sampel berdasarkan jumlah pengunjung yang datang ke Appara Coffee. sampel yang diambil dari populasi pelanggan Appara Coffee tersebut adalah 293.

### Operasional Variabel

Variabel terikat (Y) pada penelitian ini adalah Minat beli konsumen (Y) yaitu : hasil dari suatu proses yang terdiri dari lima tahap : ketertarikan konsumen, ragam produk yang dijual, keputusan pembeli dan perilaku pasca pembelian (Kotler dan Armstrong, 2012:179). Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah Variasi Makanan (X<sub>1</sub>), Cita Rasa (X<sub>2</sub>), Kualitas Produk (X<sub>3</sub>). Disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 1. Operasional Variabel**

| Variabel                          | Indikator                                                                                                     | Skala  | No. Item |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|----------|
| Variasi Menu (X <sub>1</sub> )    | 1. Jenis pilihan menu makanan dan minuman<br>2. Rasa makanan dan minuman<br>3. Presentasi makanan dan minuman | Likert | 1-4      |
| Cita Rasa (X <sub>2</sub> )       | 1. Penampakan<br>2. Bau (Aroma)<br>3. Rasa                                                                    | Likert | 5-6      |
| Kualitas Produk (X <sub>3</sub> ) | 1. Daya tahan<br>2. Estetika (Penampilan Produk)<br>3. Kesan kualitas                                         | Likert | 6-10     |
| Minat Beli Konsumen (Y)           | 1. Minat Transaksional<br>2. Minat Prefensial<br>3. Minat Eksploratif                                         | Likert | 10-15    |

## Jenis Data

### 1. Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui kegiatan penelitian pada sumber-sumber yang berhubungan langsung. Data primer ini disebut juga data asli data baru. Data primer dikumpulkan secara langsung dari sumbernya melalui data yang diperoleh secara langsung observasi, wawancara, dan kuesioner pada penelitian.

### 2. Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh berdasarkan pengumpulan bahan belakar dengan cara membaca, mencatat, dan mempelajari buku-buku dari sumber-sumber yang telah ada, data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan, buku-buku referensi, jurnal, dan laporan penelitian terdahulu, data sekunder disebut juga data tersedia.

## Metode Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden yaitu konsumen yang berkunjung ke Appara Coffee yang menjadi objek penelitian. Pada penelitian ini bentuk kuesioner yang dibuat oleh penulis adalah kuesioner terstruktur dimana materi pertanyaan menyangkut pendapat konsumen Appara Coffee mengenai variasi menu, cita rasa, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen.

### 2. Wawancara

Wawancara digunakan untuk teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. (Sugiyono, 2016, 194) dalam jurnal (Anggraini, 2018). Wawancara dilakukan bersama konsumen Appara Coffee.

### 3. Observasi

Gunawan (2013 : 143) menyatakan bahwa tujuan observasi adalah mengerti ciri-ciri dan luasnya signifikan dari interelasinya elemen-elemen tingkah laku manusia pada fenomena sosial serba kompleks dalam pola-pola kultur tertentu, sedangkan egativ observasi dimanfaatkan sebesar-besarnya. Penelitian ini melakukan penelitian secara langsung pada Appara Coffee.

### 4. Dokumentasi

Dokumen digunakan untuk memperkuat data yang diperoleh selama penelitian ini dilakukan, berupa rekapan jumlah pengunjung dan dokumentasi kegiatan berupa foto, kuesioner responden, dan dokumen pendukung lainnya saat penelitian ini dilakukan.

## Teknik Analisis Data

Di dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan pendekatan kuantitatif

adalah metode yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta serta hubungan antar variabel yang diselidiki dengan cara mengumpulkan data, mengolah, menganalisis, dan menginterpretasi data dalam pengujian hipotesis egative .

## Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu valid tidaknya suatu kuesioner, dimana suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Manullang dan Pakpahan, 2014:95) Penelitian ini mengambil 30 orang pelanggan Appara coffee pada 30 orang diambil di luar populasi penelitian bertujuan untuk diuji validitas kuesioner yang akan digunakan. Variabel yang dikatakan valid atau reliabel apabila mendapatkan nilai Cronbach Alfa  $> 0,5$ . Hal ini dapat diartikan untuk mengetahui apakah pernyataan tersebut valid atau tidak. Dengan  $n = 30$  dan  $\alpha = 0,05$  dilihat dalam jurnal (Lesmana, 2019) maka  $R_{tabel}$  ialah 0,361. Disimpulkan dari hasil penelitian dan pengujian terhadap butir pernyataan bahwa seluruhnya dikatakan *valid*.

### 2. Uji Reliabilitas

Pada pernyataan variabel variasi menu ( $X_1$ ) ialah  $0,887 > 0,6$ , dan pada pernyataan variabel cita rasa ( $X_2$ ) bahwa Cronbach alpha (diketahui alpha) ialah  $0,836 > 0,60$ , pada variabel kualitas produk ( $X_3$ ) bahwa Cronbach alpha (diketahui alfa) ialah  $0,872 > 0,60$  dan pada pernyataan variabel minat beli ( $Y$ ) ialah  $0,837 > 0,60$ . Maka dari beberapa pernyataan diatas dapat diberi kesimpulan bahwa pernyataan penelitian ini semuanya dapat dikatakan Reliabel.

### 3. Uji Normalitas

Selain itu uji normalitas digunakan untuk mengetahui bahwa data yang diambil berasal dari populasi berdistribusi normal. Uji yang digunakan untuk menguji kenormalan adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan sampel ini akan diuji hipotesis nol bahwa sampel tersebut berasal dari populasi berdistribusi normal melawan hipotesis tandingan bahwa populasi berdistribusi tidak normal.

### 4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan indikasi varian antar residual tidak egative yang mengakibatkan nilai taksiran yang diperoleh tidak lagi efisien. Untuk menguji apakah varian dari residual egative digunakan uji rank Spearman, yaitu dengan mengkorelasikan variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Apabila ada koefisien korelasi yang signifikan pada tingkat kekeliruan 5%, mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Cara pengujian untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai produksi variabel terikat ( $ZPERD$ ) dengan residual nya ( $SRESID$ ). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*.

## 5. Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya gejala multikolinearitas atau korelasi yang tinggi antar variabel independen dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) atau tolerance. Apabila nilai VIF > 10 atau tolerance < 0,10, maka terdapat masalah multikolinearitas pada variabel tersebut. Rumus VIF adalah:

Dimana  $R^2$  adalah koefisien determinasi yang diperoleh dengan meregresikan salah satu variabel bebas X terhadap variabel bebas lainnya. Jika nilai VIF < 10 maka dalam data tidak terdapat Multikolinearitas (Gujarati, (2003: 362) dalam jurnal (Pratama, 2019).

Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh variasi makanan, cita rasa, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Appara Coffee. Analisis regresi berganda juga digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2 dan X3).

Hipotesis untuk pengujian secara simultan adalah

1.  $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel bebas Variasi menu (X1), cita rasa (X2), dan Kualitas produk (X3) secara simultan terhadap variabel terikat minat beli konsumen (Y).
2.  $H_a : \text{minimal } 1 \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan dari variabel bebas Variasi menu (X1), cita rasa (X2) dan kualitas produk (X3) secara simultan terhadap variabel terikat minat beli konsumen (Y).

### Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Appara Coffee letaknya di Jalan Gajah Mada No.12 Kel. Baloi Indah Kec. Lubuk Baja, Sekupang, Batam, Riau, Indonesia. Untuk waktu penelitian berlangsung dari bulan Agustus hingga Desember 2022 .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang hasil penelitian serta analisis yang berjudul "Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen". Maka dari itu, disusunnya penelitian di Appara Coffee untuk menganalisis mengenai minat beli konsumen terhadap beberapa poin yang difokuskan yakni pada variasi menu, cita rasa, dan kualitas produk yang disajikan oleh Appara Coffee. Hasil dan pembahasan diuraikan sebagai berikut :

### Hasil Penelitian

Data responden memiliki peran penting karena data tersebut dapat menunjukkan karakteristik tertentu dalam responden. Pada penelitian ini yang menjadi

respondennya adalah pelanggan Appara Coffee sebanyak 242 orang. Data responden dalam ini ialah Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan sebagai berikut:

**Tabel 2. Karakteristik Responder (Gender)**

| No           | Jenis Kelamin | Jumlah     | Persentase (%) |
|--------------|---------------|------------|----------------|
| 1            | Laki –Laki    | 126        | 52,1           |
| 2            | Perempuan     | 116        | 47,9           |
| <b>Total</b> |               | <b>242</b> | <b>100</b>     |

Berdasarkan tabel 2. diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki adalah 126 orang atau 52,1% dan jumlah responden perempuan adalah 116 orang atau 47,9%. Dapat disimpulkan bahwa laki-laki lebih banyak yang minat mengunjungi Appara Coffee.

**Tabel 3. Karakteristik Responden (Usia)**

| No           | Usia        | Jumlah     | Persentase |
|--------------|-------------|------------|------------|
| 1            | 17-20 Tahun | 28         | 11,6       |
| 2            | 21-25 Tahun | 188        | 77,7       |
| 3            | 26-30 Tahun | 21         | 8,7        |
| 4            | >30 Tahun   | 5          | 2,1        |
| <b>Total</b> |             | <b>242</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 3. diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah responden 17-20 tahun adalah 28 orang atau 11,6 persen, jumlah responden 21-25 tahun adalah 188 orang atau 77,7 persen, jumlah responden 26-30 tahun adalah 21 orang atau 8,7 persen, jumlah responden 30> adalah 5 orang atau 2,1 persen.

**Tabel 4. Karakteristik Responden (Pekerjaan)**

| No           | Pekerjaan         | Jumlah     | Persentase |
|--------------|-------------------|------------|------------|
| 1            | Mahasiswa/Pelajar | 149        | 61,6       |
| 2            | Guru/Dosen        | 15         | 6,2        |
| 3            | PNS               | 6          | 2,5        |
| 4            | Pegawai swasta    | 72         | 29,8       |
| <b>Total</b> |                   | <b>242</b> | <b>100</b> |

Berdasarkan tabel 4. diatas maka dapat diketahui bahwa Mahasiswa lebih banyak berminat terhadap Appara Coffee.

**Tabel 5. Distribusi Frekuensi dan Persentase Variabel Variasi Menu**

| Pernyataan | STS |   | TS |   | N |     | S   |      | SS |      | Mean |
|------------|-----|---|----|---|---|-----|-----|------|----|------|------|
|            | F   | % | F  | % | F | %   | F   | %    | F  | %    |      |
| 1          | -   | - | -  | - | 3 | 1,2 | 224 | 92,6 | 15 | 6,2  | 4.05 |
| 2          | -   | - | -  | - | 2 | 0,8 | 207 | 85,5 | 33 | 13,6 | 4.13 |
| 3          | -   | - | -  | - | - | -   | 197 | 81,4 | 45 | 18,6 | 4.19 |

1. Pada pertanyaan ke-1 “Terdapat banyak variasi makanan dan minuman di Appara Coffee” rata-rata hasil jawaban adalah 4,05. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden 98 memilih setuju (S).
2. Pada pertanyaan ke-2 “Rasa makanan dan minuman di Appara Coffee sebanding dengan harga yang ditawarkan”, rata-rata hasil jawaban adalah 4,13. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden 104 memilih setuju (S).
3. Pada pertanyaan ke-3 “Porsi makanan dan minuman sesuai dengan pesanan” rata-rata hasil jawaban adalah 4,19. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden 108 memilih sangat (S).

**Tabel 6. Deskriptif Variable Cita Rasa**

| Pernyataan | STS |   | TS |   | N |     | S   |      | SS |      | Mean |
|------------|-----|---|----|---|---|-----|-----|------|----|------|------|
|            | F   | % | F  | % | F | %   | F   | %    | F  | %    |      |
| 1          | -   | - | -  | - | 3 | 1,2 | 207 | 85,5 | 32 | 13,2 | 4.12 |
| 2          | -   | - | -  | - | 2 | 0,8 | 205 | 84,7 | 35 | 14,5 | 4.14 |

1. Pada pernyataan ke-1 “Aroma makanan dan minuman di Appara Coffee sangat menggugah selera” rata-rata hasil jawaban adalah 4,12. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden 207 memilih sangat Setuju (SS)
2. Pada pernyataan ke-2 “Semua rasa makanan dan minuman dari Appara Coffee sangat nikmat dilidah” rata-rata hasil jawabannya adalah 4.14. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden 205 memilih sangat Setuju (S)

**Tabel 7. Deskriptif Variabel Kualitas Produk**

| Pernyataan | STS |   | TS |   | N  |     | S   |      | SS |      | Mean |
|------------|-----|---|----|---|----|-----|-----|------|----|------|------|
|            | F   | % | F  | % | F  | %   | F   | %    | F  | %    |      |
| 1          | -   | - | -  | - | 17 | 7   | 206 | 85,1 | 19 | 7,9  | 4.00 |
| 2          | -   | - | -  | - | 7  | 2,9 | 220 | 90,9 | 15 | 6,2  | 3.88 |
| 3          | -   | - | -  | - | 5  | 2,1 | 205 | 84,7 | 32 | 13,2 | 4.29 |

1. Pada pernyataan ke-1 “Makanan dan minuman pada Appara Coffee memiliki daya tahan yang sangat lama” rata-rata hasil jawaban adalah 4,00. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden 206 memilih setuju (S).
2. Pada pernyataan ke-2 “Appara Coffee selalu menyajikan makanan yang masih *fresh*” rata-rata hasil jawaban adalah 3,88. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden memilih 220 setuju (S).
3. Pada pernyataan ke-3 “Produk dari makanan dan minuman di Appara Coffee sangat menarik” rata-rata hasil jawaban adalah 4,29. Dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju dengan

pernyataan tersebut dari 242 responden 205 memilih setuju (S).

**Tabel 8. Deskriptif Variabel Minat Beli**

| Pernyataan | STS |   | TS |   | N  |      | S   |      | SS |      | Mean |
|------------|-----|---|----|---|----|------|-----|------|----|------|------|
|            | F   | % | F  | % | F  | %    | F   | %    | F  | %    |      |
| 1          | -   | - | -  | - | 14 | 5,8  | 215 | 88,8 | 13 | 5,4  | 4.06 |
| 2          | -   | - | -  | - | 39 | 16,1 | 194 | 80,2 | 9  | 3,7  | 3.88 |
| 3          | -   | - | -  | - | 4  | 1,7  | 165 | 68,2 | 73 | 30,2 | 4.30 |

beli

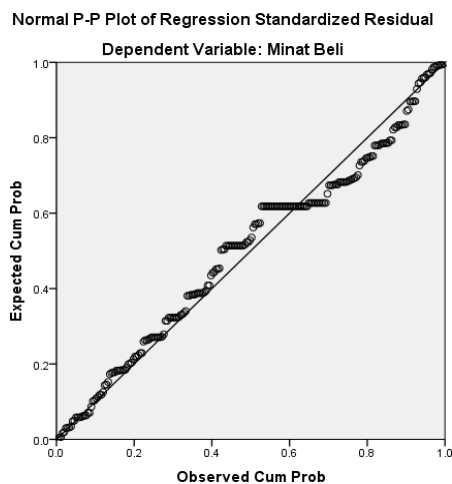
1. Pada pernyataan ke-1 “Saya tertarik membeli produk di Appara Coffee karena banyak variasi menu makanan dan minuman yang sesuai dengan kebutuhan konsumen” rata-rata hasil jawaban adalah 4,06. Dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden 215 memilih setuju (S).
2. Pada pernyataan ke-2 “Appara Coffee lebih menarik perhatian saya” rata-rata hasil jawaban adalah 3,88. Dapat disimpulkan bahwa responden

setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden 194 memilih setuju (S).

3. Pada pernyataan ke-3 “Saya menanyakan informasi produk kepada orang yang pernah berkunjung di appara coffee” rata-rata hasil jawaban adalah 4,30. Dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut dari 242 responden 165 memilih setuju (S).

## Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas



**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-Plot**

Grafik diatas telah memenuhi kriteria pengujian, yaitu titik-titik pada grafik Normal P-Plot menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonalnya, yang berarti bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah terbukti berdistribusi normal.

## 2. Analisis Statistik

### Gambar 2. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| N                                |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                  |                | 242                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 1.87238740              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .072                    |
|                                  | Positive       | .063                    |
|                                  | Negative       | -.072                   |
| Test Statistic                   |                | .072                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari Gambar 2. diatas dapat diketahui hasil Uji Normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* Statistik nilai adalah 0,200. Maka dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*  $0,200 > \alpha = 0,05$ . Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa data ini berdistribusi Normal.

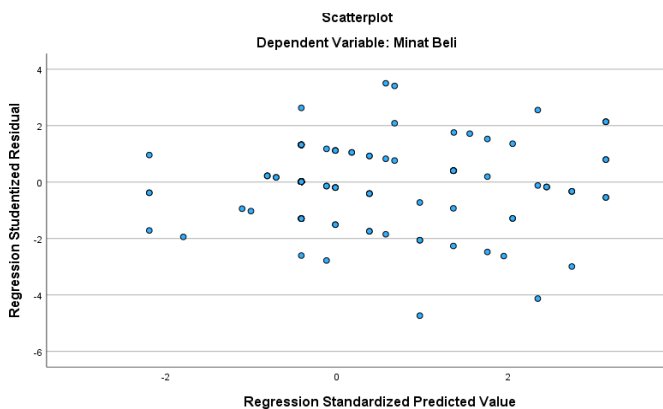
**Gambar 3. Hasil Uji Multikolineritas**

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T   |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-----|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |     |
| 1 (Constant)    | 6.327                       | .784       |                           | 8.0 |
| variasi Menu    | .158                        | .081       | .152                      | 1.9 |
| Cita rasa       | .117                        | .102       | .093                      | 1.1 |
| Kualitas Produk | .707                        | .154       | .309                      | 4.5 |

b. Dependent Variable: Minat Beli

Tujuan dari uji multikoleneartitas adalah untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel independent. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya korelasi antara variabel satu dengan lainnya. Dari tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF Variasi menu, Citra Rasa dan Kualitas Produk < 10, maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi multikoleniasritas antar variabel. Dan pada tabel 4.10 diatas juga dapat dilihat bahwa nilai tolerance harga, variasi menu dan promosi > 0,01. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi gejala multikolenaritas antara variabel.

**Gambar 4. Grafik Scatterplot**



Pada Gambar 4. diatas menunjukan Grafik Scatterplot terlihat titik-titik menyebar secara teracak, dan dapat dilihat juga tidak ada yang membentuk pola tertentu yang jelas, titik-titik tersebar dengan baik di angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi ini tidak terjadi *heteroskedastisitas*, sehingga data ini bisa digunakan untuk memprediksi minat beli konsumen, berdasarkan masukan variabel independent yaitu Variasi Menu, Cita Rasa dan Kualitas Produk.

**Gambar 5. Hasil Uji Pengaruh Persial (uji t) Coefficients<sup>a</sup>**

| Model           | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)    | 6.296                       | .950       |                           | 6.627 | .000 |
| Variasi Menu    | .146                        | .080       | .124                      | 1.813 | .071 |
| Cita Rasa       | .355                        | .097       | .262                      | 3.642 | .000 |
| Kualitas Produk | .083                        | .066       | .085                      | 1.266 | .207 |

a. Dependent Variable: Total\_Y

1. Dari Gambar 5. diatas dapat diketahui bahwa nilai signitifikan tidak berpengaruh parsial variabel variasi menu (X1) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar 0,071 < 0,05 dan nilai thitung adalah 1,813 > 2,342. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima yang artinya variasi menu tidak berpengaruh terhadap minat beli.
2. Dari Gambar 5. diatas dapat diketahui bahwa nilai signitifikan pengaruh parsial variabel cita rasa (X2) terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai thitung adalah 3,642 < 2,342. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima yang artinya cita rasa berpengaruh terhadap minat beli.
3. Dari Gambar 5. diatas dapat diketahui bahwa nilai signitifikan tidak berpengaruh parsial variabel kualitas produk (X3) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar 0,207 < 0,05 dan nilai thitung adalah 1,266 > 2,342. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H2 ditolak dan H0 diterima yang artinya kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli.

### Uji Pengaruh Simultan (f)

Dalam menentukan F<sub>table</sub> yang diperlukan adalah variabel bebas dan terikat. Pada penelitian terhadap 242 reponden sampel, 3 variabel bebas (X) dan 1 variabel terikat (Y) Adapun jumlah variabel yaitu 4 variabel.

**Gambar 6. Hasil Uji Simultan (f)**

|       |            | ANOVA <sup>a</sup> |     |             |        |                   |
|-------|------------|--------------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model |            | Sum of Squares     | Df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1     | Regression | 88.876             | 3   | 29.625      | 13.806 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 510.699            | 238 | 2.146       |        |                   |
|       | Total      | 599.574            | 241 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Variasi Menu, Citra Rasa

Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang artinya faktor, variabel (X) variasi menu, cita rasa dan kualitas produk secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel (Y) minat beli dan sebaliknya jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya faktor variasi menu, cita rasa, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap minat beli. Pada tabel 4.13 dapat dilihat dari hasil uji-f menyebutkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah 13,806 dan nilai signifikan adalah 0.000. Maka dapat diketahui

bahwa  $F_{tabel}$  pada penelitian ini sebesar 2,63 dan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) sebesar 0,05. Oleh karena itu pada penelitian ini  $F_{hitung} 13,806 \geq F_{tabel} 2,67$  dengan nilai signifikan  $0,000 \leq 0,05$ , menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel variasi menu (X1), cita rasa (X2), dan kualitas produk (X3) secara simultan berpengaruh terhadap minat beli (Y) Pada Appara Coffee.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berikut merupakan hasil koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

**Gambar 7. Hasil Koefisien Determinasi**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .600 <sup>a</sup> | .360     | .352              | .692                       |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Variasi Menu, Citra Rasa

Dari Gambar 7. diatas dapat diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,360 atau sama dengan 36,0%. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa besarnya pengaruh variabel variasi menu, cita rasa dan kualitas produk terhadap minat beli sebesar 36,0%. Sedangkan selebihnya yaitu 64,0% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk.

### Pembahasan

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variasi menu, cita rasa, kualitas produk terhadap minat beli konsumen.

#### 1. Pengaruh Variasi Menu terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hipotesis yang diuji maka dapat diketahui bahwa secara parsial Variasi menu tidak berpengaruh signifikan dan negative terhadap Minat beli konsumen Appara Coffee. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa nilai  $t$  parsial variabel variasi menu (X1) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar  $0,071 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  adalah  $1,813 > 2,342$ . Maka dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_{11}$  ditolak

dan  $H_0$  diterima yang artinya variasi menu tidak berpengaruh terhadap minat beli.

#### 2. Pengaruh Cita Rasa terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hipotesis yang diuji maka dapat diketahui bahwa secara parsial Cita rasa berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli konsumen Appara Coffee dapat diketahui bahwa nilai signifikan pengaruh parsial variabel cita rasa (X2) terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  adalah  $3,642 < 2,342$ . Maka dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima yang artinya cita rasa berpengaruh terhadap minat beli.

### 3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil hipotesis yang diuji maka dapat diketahui bahwa secara persial Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan dan egative terhadap minat beli konsumen Appara Coffee peneliti dapat diketahui bahwa nilai signitifikan tidak berpengaruh parsial variabel kualitas produk (X3) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar  $0,207 < 0,05$  dan nilai thitung adalah  $1,266 > 2,342$ . Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H2 ditolak dan H0 diterima yang artinya kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli.

### KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti Variasi menu tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Appara Coffee. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan uji t pada variable variasi menu diketahui bahwa nilai signitifikan tidak berpengaruh parsial variabel variisi menu (X1) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar  $0,071 < 0,05$  dan nilai thitung adalah  $1,813 > 2,342$ . Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H1 ditolak dan H0 diterima yang artinya variasi menu tidak berpengaruh terhadap minat beli.
2. Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti dapat diketahui bahwa nilai signitifikan pengaruh parsial variabel cita rasa (X2) terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai thitung adalah  $3,642 < 2,342$ . Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H0 ditolak dan H2 diterima yang artinya cita rasa berpengaruh terhadap minat beli.
3. Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti dapat diketahui bahwa nilai signitifikan tidak berpengaruh parsial variabel kualitas produk (X3) terhadap minat beli (Y) adalah sebesar  $0,207 < 0,05$  dan nilai thitung adalah  $1,266 > 2,342$ . Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H2 ditolak dan H0 diterima yang artinya kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli.
4. Dapat diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,360 atau sama dengan 36,0%. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa besarnya pengaruh variabel variasi menu, cita rasa dan kualitas produk terhadap minat beli sebesar 36,0%. Sedangkan selebihnya yaitu 64,0% yang dipengaruhi oleh varibel lain yang tidak termasuk.

### DAFTAR PUSTAKA

- Kamanda Tri Gumelar, Handoyo Djoko Waluyo, S. S. (2016). Analisis kualitas pelayanan, variasi menu, dan harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 164-173.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles Of Marketing 14 Ed: Global Edition. In *Principles of*

Marketing.

- Lesmana, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa. *Manajemen Pemasaran ISSN*, 2(2), 15. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2464>
- Permana, A. E., Tri, R., Suci, Y., & Lestari, P. (2022). *The Effect Of Caf Menu Variations And Atmosphere On Competitive Advantage ( Case Study on Volkswagen Café in Tasikmalaya ) Pengaruh Variasi Menu Dan Atmosfer Café Terhadap Keunggulan Bersaing ( Survei Pada Konsumen Volkswagen Café di Tasikmalaya ).* 2(3), 719-726.
- Pratama, R. B. (2019). Metodologi Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 28-55.
- Putri, A. W. (2018). Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Jenang Teguh Raharjo Ponorogo Skripsi. *Journal of Linguistics*, 3(2), 139-157.
- Sari, I. N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Cita Rasa, dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Sawasdee Thai Seafood Restaurant Multatuli. In ... *Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*.
- Septian, W. A. R. I. (2020). " *Analisis Pengaruh Promotion Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Pada I Sakaw Kopi .* "
- Sugiyono. (2016). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Kinerja Pegawai. *Creating a World Class Entrepreneur*, 1. [https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1637/BAB](https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1637/BAB%20III.pdf?sequence=13&isAllowed=y#:~:text=Populasi dan Sampel-,Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek%2d Subjek yang,Sugiyono%2C2016%3A135).)