

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

THE INFLUENCE OF MENU VARIATIONS AND TASTES ON PURCHASING DECISIONS AT AYAM PATUIH RESTAURANT PARIAMAN CITY

Andini Putri

ap849702@gmail.com

¹ Menejemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

Agung Edy Wibowo

agungedy@btp.ac.id

² Magister Terapan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam

ABSTRACT

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. Tekni 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

PENDAHULUAN

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.

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, tektur, 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”**.

KAJIAN PUSTAKA

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.

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 mengkonsumsi makanan dan minuman dengan kesadaran alamiah yang dipengaruhi beberapa faktor.

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 (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.

Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Kotler & Armstrong (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.

METODE 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, kembangan model kuantitatif, tentukan data, kembangkan solusi, menguji solusi, lakukan analisis, dan implementasi hasil (Teguh, 2014). Penelitian ini dilakukan di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman dengan 100 sampel dari hasil jumlah konsumen yang didapat menggunakan rumus slovin 10 % dan pendekatan analisis statistic deskriptif.

Instrument penelitian ini menggunakan skala *linkert* yang 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. Dalam skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Selanjutnya, dilakukan transformasi data ordinal ke dalam bentuk data interval dengan menggunakan Ms. Excel. Setelah data berskala interval, selanjutnya ditentukan pasangan data variabel independen dari semua sampel penelitian dan data di input untuk analisis hipotesis menggunakan aplikasi IBM SPSS 19.

PEMBAHASAN

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. 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 $0,05 \text{ df} = n-2$ dengan membandingkan $r \text{ tabel}$ dan $r \text{ hitung}$ (item pertanyaan). $N= 100$ maka $r \text{ tabel}$ yang deiketahui nilainya 0,196. Berikut hasil uji validitas pada variabel yang terdapat pada penelitian ini.

Hasil Uji Validitas Variasi Menu

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Variasi Menu 1	0,642	0,196	Valid
Variasi Menu 2	0,581	0,196	Valid
Variasi Menu 3	0,638	0,196	Valid
Variasi Menu 4	0,730	0,196	Valid
Variasi Menu 5	0,643	0,196	Valid
Variasi Menu 6	0,668	0,196	Valid

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

Hasil Uji Validitas Cita Rasa

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Cita Rasa 1	0,731	0,196	Valid
Cita Rasa 2	0,731	0,196	Valid
Cita Rasa 3	0,829	0,196	Valid
Cita Rasa 4	0,630	0,196	Valid
Cita Rasa 5	0,700	0,196	Valid

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item	R hitung	R tabel	Hasil
Keputusan 1	0,685	0,196	Valid
Keputusan 2	0,652	0,196	Valid
Keputusan 3	0,660	0,196	Valid
Keputusan 4	0,770	0,196	Valid
Keputusan 5	0,765	0,196	Valid
Keputusan 6	0,703	0,196	Valid
Keputusan 7	0,753	0,196	Valid

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

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 realiabilitas sebuah variabel yaitu jika kriteria Cronbach’s Alpha $> 0,60$ dinyatakan reliabel dan Cronbach’s Alpha $< 0,60$ dinyatakan tidak reliabel (Nunnally, 1994) dalam (Ghozali, 2021).

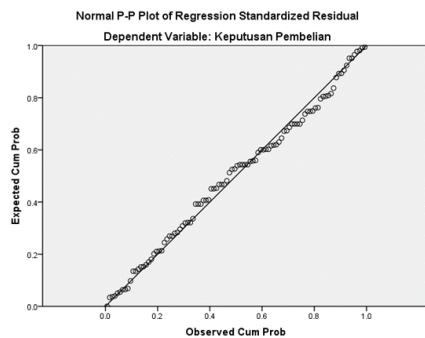
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach’s Alpha	Nilai Alpha	Hasil
Variasi Menu	0,725	0,60	Reliabel
Cita Rasa	0,777	0,60	Reliabel
Keputusan	0,835	0,60	Reliabel

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

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).



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.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Uji heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah regresi terjadi kitdaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ghozali, 2021). Regresi model yang baik adalah yang homoskedastisitas yaitu variance dari residual pengamatan kepengamatan lain tetap dan tidak terjadi heteroskedastisitas.

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

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

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

GEJALA MULTIKOLONIERITAS

Uji multikolonieritas 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.

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

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

uji multikolineritas menunjukan, variabel variasi menu dan cita rasa terhadap nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10 tidak tejadi adanya gejala multikolineritas.

UJI REGRESI ANALISI 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₎,.... 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.

Coefficients^a

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

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 regresi linear berganda dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil nilai konstanta pada penelitian ini sebesar 3.739 yang artinya jika tidak ada (X₁) variasi menu dan (X₂) cita rasa nilai konsisten (Y) keputusan pembelian adalah sebesar 3.739.
2. Hasil nilai kofisiensi Variasi Menu (X₁) sebesar 0,336 artinya variabel variasi menu berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Variabel variasi menu (X₁) dengan penambahan 1%, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,336.
3. Hasil nilai kofisiensi cita rasa (X₂) sebesar 0,800 artinya variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Variabel cita rasa (X₂) dengan penambahan 1%, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,800.

HASIL UJI HIPOTESIS

Uji Pengaruh Parsial 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.

Jika nilai sig < 0,05 dan t_{hitung} > t_{tabel} maka berpengaruh. T tabel yang terdapat pada penelitian ini 1.984

Variabel Variasi Menu (X₁)

Nilai sig variabel variasi menu 0,0004 < 0,05 dan t_{hitung} 2,966 > 1,984. Artinya hipotesis diterima, maka H₁ variasi menu berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Coefficients^a

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

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: (Data diolah SPSS 19, 2023)

Variabel Cita Rasa (X₂)

Nilai sig variabel cita rasa 0,000 < 0,05 dan t_{hitung} 6,792 > 1,984. Artinya hipotesis diterima, maka H₂ cita rasa berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Pengaruh Simultan uji (f)

Uji f digunakan untuk mengetahui secara serempak pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. F tabel yang diketahui dalam penelitian ini 3,08

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)

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.

UJI DERTEMINASI (R²)

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

Model Summary

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Model 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 (X1) dan variabel Cita Rasa (X2) mepengaruhi Keputusan Pembelian (Y) 62,2%. Sedangkan sisanya sebanyak37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

KESIMPULAN

Variasi Menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman . Karena berdasarkan hasil uji analisis linear berganda pada uji t nilai sig variabel variasi menu $0,0004 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,966 > 1,984$. Artinya hipotesis diterima, maka $H1$ variasi menu berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Cita Rasa berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Ayam Patuih Kota Pariaman. Bedasarkan hasil dari uji analisis linear berganda menyatakan uji t nilai sig variabel cita rasa $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 6,792 > 1,984$. Artinya hipotesis diterima, maka $H2$ cita rasa berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Variasi menu dan cita rasa berpengaruh dan secara bersamaan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji analisis linear berganda pada uji f , $F_{hitung} 79,678 > F_{tabel} 3,08$ maka hipotesis diterima dan hasilnya H_3 Variasi menu dan cita rasa secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pada uji nilai R Square merupakan konfisien

derteminasi dengan hasil angka 0,622. Maka hasil pada penelitian ini pengaruh variabel Variasi Menu (X1) dan variabel Cita Rasa (X2) mepengaruhi Keputusan Pembelian (Y) 62,2%. Sedangkan sisanya sebanyak 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

SARAN

1. Peneliti menyarankan untuk melakukan penelitian dengan mempertimbangkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian supaya menghasilkan hasil lebih beragam dan lebih luas.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian dan sebagai bahan untuk memperdalam penelitian selanjutnya.
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 konsemen terhadap Restoran Ayam Patuih.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- 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.
- 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>
- 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.
- 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.
- 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 Awareness Dan Cita Rasa Terhadap Minat Beli Penjualan Bakso Lapangan Tembak Mall Boemi Kedaton Lampung. 1*, 287–293.
- Wibowo, A. E., & 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>