

PENGARUH VARIAN MENU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA AYAM RACIKEN TALASALAPANG

Ditawati *¹, Yuswari Nur², Nurlaela³

^{1,2}Prodi Manajemen; Institut Teknologi dan Bisnis Nobel

e-mail: *¹ditawatihasmul@gmail.com, yuswari@nobel.ac.id, ³nurlaela@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan (1) Mengetahui pengaruh varian menu dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang (2) Mengetahui pengaruh varian menu dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang (3) Mengetahui variabel yang paling dominan diantara varian menu dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang.

Sampel penelitian sebanyak 50 responden yang merupakan konsumen Ayam Raciken Talasalapang, penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) varian menu berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang (2) Varian Menu dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang (3) varian menu merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang.

Kata kunci : Varian Menu, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

Abstract

This research aims to (1) Determine the partial influence of menu varieties and service quality on purchasing decisions at Ayam Raciken Talasalapang, (2) Assess the simultaneous impact of menu varieties and service quality on purchasing decisions at Ayam Raciken Talasalapang, and (3) Identify the most dominant variable between menu varieties and service quality affecting purchasing decisions at Ayam Raciken Talasalapang.

The research sample comprised 50 respondents who were consumers of Ayam Raciken Talasalapang. This study employed multiple linear regression analysis with data collected through a Likert scale questionnaire.

The findings indicate that (1) menu varieties have a partial positive impact on purchasing decisions at Ayam Raciken Talasalapang, while service quality does not have a partial effect on purchasing decisions at Ayam Raciken Talasalapang; (2) Menu Varieties and Service Quality have a simultaneous positive impact on purchasing decisions at Ayam Raciken Talasalapang; (3) Menu varieties are the most dominant variable affecting purchasing decisions at Ayam Raciken Talasalapang.

Keywords : Menu Varieties, Service Quality, Purchasing Decisions.

PENDAHULUAN

Menurut (Burta, 2018) Indonesia dengan populasi terbesar ke empat di dunia, membuatnya menjadi salah satu lokasi yang ideal untuk pemasaran produk. Itu unik karena banyaknya permintaan konsumen untuk barang dan jasa. Semua perusahaan, baik di dalam maupun di luar negeri, berusaha sekuat tenaga untuk membuat produk yang diinginkan pelanggan dan memasarkannya di wilayah Indonesia. Memenuhi kebutuhan konsumen dengan barang dan jasa adalah tujuan utama operasi ini.

Bisnis kuliner adalah salah satu dari banyak bisnis saat ini. Perkembangan dalam industri kuliner saat ini mencakup berbagai jenis makanan, mulai dari makanan berat

hingga makanan ringan. Para pengusaha dalam industri ini membuat beragam jenis makanan dan minuman karena ini merupakan persyaratan mendasar yang harus dipenuhi manusia dalam menjalani kesehariannya. Akibatnya, makanan memainkan peran penting dalam kehidupan manusia (Maimunah, 2020).

Dalam menjalankan bisnis kuliner yang tersedia dengan harga terjangkau dan porsi yang memuaskan, ada beberapa elemen kunci yang memegang peran penting dalam mendukung pertumbuhan usaha. Dalam era perkembangan zaman dan pengaruh globalisasi yang terus meningkat, makanan tradisional sebelumnya memiliki potensi yang dapat ditingkatkan melalui inovasi yang sesuai dengan tren saat ini. Komponen penunjang, seperti ragam menu yang selama ini menjadi andalan atau ukuran kualitas suatu usaha, dapat ditingkatkan lebih lanjut dengan penyediaan layanan yang unggul bagi pelanggan. Selain itu, variasi dalam menu juga merupakan faktor kunci dalam perkembangan usaha kuliner.

Dengan perkembangan dalam dunia pemasaran, pelaku bisnis perlu terus beradaptasi dan mengembangkan inovasi karena persaingan antara perusahaan sejenis maupun berbeda semakin intensif dalam upaya mendominasi pasar. Konsumen juga semakin menuntut agar perusahaan memanfaatkan sumber daya mereka secara maksimal untuk memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam.

Perkembangan zaman yang terus modern mengakibatkan transformasi cepat dalam ranah bisnis. Masyarakat yang menghasilkan ide-ide kreatif di berbagai sektor telah menciptakan persaingan yang sengit di bidang kegiatan serupa. Contohnya dapat dilihat dalam persaingan bisnis kuliner.

Saat ini, terlibat dalam persaingan dalam industri kuliner dengan produk-produk berkualitas tinggi yang sebanding adalah skenario yang akrab bagi kami. Daya tarik publik yang signifikan dengan tren kuliner memotivasi pengusaha untuk berinovasi dengan cepat dalam mengembangkan produk baru. Oleh karena itu, produk ini dirancang agar memiliki keunikan dan keunggulan dibandingkan dengan produk-produk yang sudah ada. Tujuannya tidak hanya untuk mempertahankan, tetapi juga untuk menarik pelanggan baru, yang merupakan faktor krusial bahwa pengusaha perlu memperhitungkan ketika mengelola bisnis mereka.

Kehidupan memerlukan konsumsi makanan sebagai kebutuhan dasar, tidak hanya untuk manusia, tetapi juga bagi hewan dan tumbuhan. Makanan ini kemudian diolah menjadi energi yang memungkinkan aktivitas bagi makhluk hidup. Pada masa sebelumnya, banyak orang sering menyiapkan makanan mereka demi efisiensi dan keamanan.

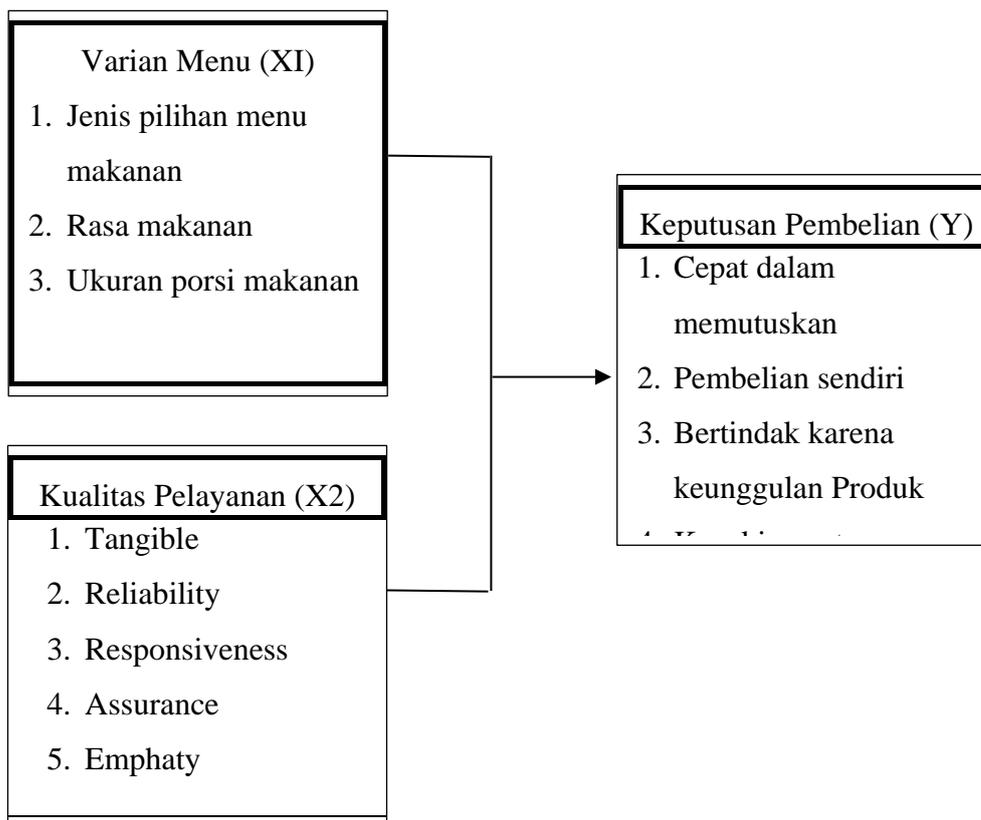
Namun, dinamika ini telah berkembang dari waktu ke waktu, yang mengarah ke proliferasi restoran yang menawarkan beragam menu dengan beragam rasa, terutama makanan siap saji. Orang memilih makan di luar karena suasana yang unik dan kenyamanan yang ditawarkan oleh tempat yang disesuaikan untuk kepuasan pelanggan, ditambah dengan kenyamanan dan keterjangkauan yang mereka berikan. Kendala waktu juga memainkan peran, karena tidak semua orang memiliki waktu untuk memasak di rumah. Faktor-faktor ini berkontribusi pada prospek bisnis yang menjanjikan dalam industri kuliner.

Kebutuhan nutrisi sangat penting bagi semua organisme hidup, yang mencakup tidak hanya manusia tetapi juga hewan dan tumbuhan. Makanan ini kemudian diubah menjadi energi yang memungkinkan manusia untuk melakukan aktivitas. Pada umumnya, orang sering memasak makanan mereka sendiri sebagai upaya untuk efisiensi dan keamanan secara tradisional menjadi pertimbangan utama. Namun, pola ini bergeser

seiring waktu dengan munculnya banyak restoran, terutama di sektor makanan cepat saji, menawarkan beragam menu.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan mengambil judul, "Pengaruh Varian Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ayam Raciken Talasalapang". Sehingga dengan demikian kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Pikir



HIPOTESIS PENELITIAN

1. Diduga Varian menu mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Ayam Raciken Talasalapang.
2. Diduga Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Ayam Raciken Talasalapang.
3. Diduga Varian menu mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Ayam Raciken Talasalapang.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Ayam Raciken Talasalapang yang berkisar 125 orang dalam satu bulan. Berdasarkan populasi maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang konsumen.

Untuk penelitian ini, penulis mengumpulkan data dan informasi dengan menggunakan metode penelitian study kepustakaan (*Library Research*) merupakan metode yang dilakukan melalui perpustakaan guna mendapatkan data teoritis baik melalui buku-buku, artikel, serta tulisan lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian ini. Penelitian lapangan yaitu metode penelitian yang diadakan langsung di lapangan dengan melakukan observasi langsung pada tempat penelitian dan melalui penyebaran kuesioner.

Sehubungan pendekatan penelitian adalah penelitian kuantitatif maka analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah, uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, uji f, koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui ketepatan dan kecermatan, sahat atau tidaknya suatu instrumen (kuesioner) dalam penelitian. Suatu indikator pada kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner dapat mengukur suatu variabel dalam penelitian, yaitu apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka instrumen tersebut dikatakan valid.

Tabel 1
Hasil Uji Validasi

| Variabel | Item | Corrected Item (R-hitung) | R-tabel | Keterangan |
|-------------------------|------|---------------------------|---------|------------|
| Varian Menu (X1) | X1.1 | 0,692 | 0,278 | Valid |
| | X1.2 | 0,864 | 0,278 | Valid |
| | X1.3 | 0,379 | 0,278 | Valid |
| Kualitas Pelayanan (X2) | X2.1 | 0,704 | 0,278 | Valid |
| | X2.2 | 0,740 | 0,278 | Valid |
| | X2.3 | 0,824 | 0,278 | Valid |
| | X1.4 | 0,719 | 0,278 | Valid |
| | X1.5 | 0,642 | 0,278 | Valid |
| Keputusan Pembelian (Y) | Y1.1 | 0,790 | 0,278 | Valid |
| | Y1.2 | 0,838 | 0,278 | Valid |
| | Y1.3 | 0,770 | 0,278 | Valid |
| | Y1.4 | 0,770 | 0,278 | Valid |

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.7, hasil uji validitas instrumen menyatakan bahwa dengan menggunakan r-tabel sebesar 0,278 semua item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid karena secara keseluruhan hasil r-hitung lebih besar dari pada r-tabel. Jadi, instrumen dari setiap variabel varian menu (X1), kualitas pelayanan (X2), dan keputusan pembelian (Y) secara keseluruhan dinyatakan valid.

Uji Realibilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi dari suatu instrumen, sejauh mana kuesioner dapat dipercaya. Uji reliabilitas diukur menggunakan Alpha Cronbach, jika nilai alpha > 0.50 maka kuesioner tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach's Alpha | Keterangan |
|-------------------------|------------------|------------|
| Varian Menu (X1) | 0,653 | Realibel |
| Kualitas Pelayanan (X2) | 0,777 | Realibel |
| Keputusan Pembeli (Y) | 0,822 | Realibel |

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.8, hasil uji reliabilitas kuesioner menyatakan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena $\alpha > 0,60$. Hasil uji reliabilitas variabel varian menu (X1) memiliki nilai α sebesar $0,653 > 0,60$, variabel kualitas pelayanan (X2) menghasilkan nilai α sebesar $0,777 > 0,60$, dan variabel keputusan pembelian (Y) menghasilkan nilai α sebesar $0,822 > 0,60$. Jadi, secara keseluruhan hasil uji reliabilitas variabel dinyatakan valid, sehingga kuesioner yang digunakan dapat dipercaya.

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk memastikan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, atau untuk mengatasi hipotesis yang diajukan oleh peneliti, sehingga menentukan sejauh mana pengaruh variabel, apakah terdapat pengaruh varian menu (X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).

Tabel 3
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.597 | 1.455 | | 2.473 | .017 |
| | Varian Menu | .465 | .107 | .545 | 4.339 | <.001 |
| | Kualitas Pelayanan | .128 | .075 | .213 | 1.697 | .096 |

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 4.9, maka persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 3.597 + 0,465 X1 + 0,128 X2 + e$$

Adapun uraian penjelasan hasil persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

1. b_0 = nilai konstanta yang diperoleh adalah 3.597, artinya apabila varian menu (X1), kualitas pelayanan (X2) sama dengan 0, maka variabel keputusan pembelian (Y) sama dengan 3.597 atau positif.
2. $0,465 X1$ = nilai koefisien regresi pada variabel varian menu (X1) adalah 0,465, berarti bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

3. $0,128 X_2$ = nilai koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X_2) adalah 0,128, berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

Dari persamaan analisis regresi linear berganda dapat dilihat bahwa semua variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Hasil analisis juga menyatakan bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah varian menu dengan nilai sebesar 0,465.

Uji T (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (varian menu dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Pengujian dilakukan dengan membandingkan t-hitung dengan t-tabel. Jika $\alpha > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dan jika $\alpha < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 4
Hasil Uji T

| Variabel | T hitung | T tabel | Signifikan |
|------------------------------|----------|---------|------------|
| Cita Rasa (X_1) | 4,339 | 2,010 | 0,001 |
| Kualitas Pelayanan (X_2) | 1,697 | 2,010 | 0,096 |

Sumber: Hasil olah data primer, 2023.

Berdasarkan tabel di atas, berikut uraian penjelasan hasil uji T (uji parsial), antara lain:

a. Varian Menu

Hasil uji T menyatakan bahwa nilai t-hitung variabel varian menu sebesar 4,339 dan nilai t-tabel sebesar 2,010. Berdasarkan hal tersebut, nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel, $4,339 > 2,010$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa varian menu berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang. Dengan demikian hipotesis pertama menyatakan varian menu berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang terbukti atau diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel varian menu mempengaruhi keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang.

b. Kualitas Pelayanan

Hasil uji T menyatakan bahwa nilai t-hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 1,697 dan nilai t-tabel sebesar 2,010. Berdasarkan hal tersebut, nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel, $1,697 < 2,010$ dan nilai signifikansi sebesar $0,096 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak signifikan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Pada Ayam Raciken Talasalapang. Dengan demikian hipotesis pertama menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian tidak terbukti atau ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak mempengaruhi keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang.

Jadi, berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa variabel varian menu (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan kualitas pelayanan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (varian menu dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Pengujian dilakukan dengan membandingkan F-hitung dengan F-tabel. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima, dan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 5
Hasil Uji F

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|---------------------|
| | Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 47.004 | 2 | 23.502 | 20.314 | <0,001 ^b |
| | Residual | 54.376 | 47 | 1.157 | | |
| | Total | 101.380 | 49 | | | |

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji F menyatakan bahwa nilai F-hitung sebesar 20,314 dan nilai F-tabel sebesar 3,20. Berdasarkan hal tersebut, nilai F-hitung lebih kecil dari F-tabel, $20,314 > 3,20$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel varian menu (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sama-sama berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui berapa persen pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yaitu cita rasa (X1), dan kualitas pelayanan (X3) terhadap keputusan pembelian (Y), sebaga iberikut:

Tabel 6
Uji Koefisien Determinasi (R²)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .681 ^a | .464 | .441 | .1.07561 |

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan hasil koefisien determinasi diatas, nilai R menunjukkan angka 0,681, maka koefisien determinasi (*R square*) sebesar = 0,464 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh varian menu (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,464 atau 46,4%, menunjukkan tingkat hubungan yang kuat. Sedangkan 53,6% merupakan faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti harga dan lokasi yang strategis.

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh varian menu dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang, sehingga dapat dibahas secara individual dari tiap-tiap variable, yakni sebagai berikut :

1. Pengaruh Varian Menu Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis variabel varian menu menunjukkan bahwa pada hasil ujian analisis, nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel, $4,339 > 2,010$ dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa varian menu signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Timo, 2021) varian menu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan tamu. Hasil penelitian ini sesuai juga dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sihombing et al., 2022) dengan judul pengaruh varian menu, harga dan suasana café terhadap kepuasan konsumen café miltie garden mulawarman Banjarmasin. Menyatakan bahwa variabel varian menu berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan demi pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang beragam dan berbeda-beda pula. Dengan banyaknya varian menu yang ditawarkan sehingga hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli produk makanan di Rumah Makan Ayam Raciken Talasalapang.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pada hasil uji analisis, bahwa nilai t-hitung variabel kualitas pelayanan sebesar 1,697 dan nilai t-tabel sebesar 2,010. Berdasarkan hal tersebut, nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel, $1,697 < 2,010$ dan nilai signifikansi sebesar $0,096 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Outlet et al., 2022) yang mengatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Variabel Lain Yang Berpengaruh Di Luar Dari Judul Penelitian Peneliti

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis variabel cita rasa dan kualitas pelayanan menunjukkan bahwa pada hasil uji t, disimpulkan variabel X1 memiliki pengaruh terhadap Y, X2 tidak memiliki pengaruh terhadap Y, dengan nilai signifikansi variabel X1 sebesar $0,001 < 0,05$, variabel X2 sebesar 0,096, dan pada hasil uji f, disimpulkan variabel X1, X2 secara bersama memiliki pengaruh terhadap Y, dengan nilai signifikansi masing-masing variabel X1 sebesar $20,314 > 3,20$, variabel X2 sebesar $0,001 < 0,05$.

Berdasarkan hasil observasi peneliti hal ini disebabkan karena adanya variabel lain yang lebih berpengaruh akan tetapi tidak terdapat dalam judul penelitian peneliti yakni variabel lokasi. Dimana Ayam Raciken terletak di pinggir Jl. Talasalapang Raya No 92 Kota Makassar. Disamping sebuah kos-kosan yang mayoritasnya di isi oleh mahasiswa dan membeli makanan di Ayam Raciken Talasalapang. Bisa dilihat pada bagian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, responden yang paling

mendominasi adalah yang berstatus pelajar/mahasiswa sebanyak 35 orang atau 70% dari 50 responden.

4. Variabel Yang Dominan

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah varian menu dengan nilai sebesar 0,465.

Sedangkan kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 0,128. Jadi, varian menu merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang. Hal ini dapat dilihat pada tanggapan responden pada variabel varian menu, dimana sebagian besar konsumen Ayam Raciken setuju dengan varian menu yang diberikan oleh Ayam Raciken sesuai dengan keinginan dan harapan para konsumen.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada Ayam Raciken Talasalapang. Berdasarkan data yang diperoleh dari 50 responden mengenai pengaruh varian menu dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang yang kemudian diolah dan diuji, maka dapat ditarik kesimpulan dari keseluruhan hasil analisis sebagai berikut:

1. Varian menu (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang dimana diperoleh nilai $t_{hitung} 4,339 > t_{tabel} 2,010$ dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$.
2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Ayam Raciken Talasalapang dimana diperoleh nilai $t_{hitung} 1,697 < t_{tabel} 2,010$ dengan nilai signifikan sebesar $0,096 > 0,05$.
3. Varian Menu merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan karena memiliki nilai 0,465 diantara variabel lainnya.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa varian menu memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian, Ayam Raciken Talasalapang diharapkan untuk menjaga dan terus mengembangkan ragam menu yang ditawarkan agar dapat memenuhi harapan konsumen. Karena konsumen menginginkan variasi menu yang berkualitas dan sesuai dengan selera mereka. Ketika konsumen mendapatkan menu sesuai keinginan, cenderung akan menjadi loyal terhadap produk atau perusahaan tersebut.
2. Perusahaan didorong untuk meningkatkan kualitas pelayanan mereka karena variabel ini secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Konsumen secara alami mengantisipasi pelayanan yang baik yang sejalan dengan preferensi mereka, yang mengarah pada loyalitas terhadap produk atau perusahaan.
3. Bagi peneliti lain yang berniat untuk melakukan penelitian lebih lanjut, disarankan untuk mengeksplorasi area penelitian yang berkaitan dengan harga, lokasi, fasilitas, dan faktor relevan lainnya. Eksplorasi ini dapat menjelaskan variabel mana yang memberikan pengaruh lebih besar pada keputusan pembelian selain variabel varian menu dan kualitas pelayanan.

4. Perlunya meningkatkan kembali strategi pemasaran melalui social media karena sangat berpengaruh bagi penjualan dan juga menjadi salah satu daya Tarik bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1), 117–127. <http://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/12>
- Baihaky, S., Yogatama Ahmad Nizar, & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Fresh. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85. <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- Burta, F. S. (2018). *Pengaruh Varian Menu dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Catering Ukhuwah di Makassar*. 1, 430–439.
- DJ Mandasari, J Widodo, S. D. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Magenda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13, 123–128. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Gumelar, T. K., Waluyo, H. D., & Suryoko, S. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Variasi Menu, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(No. 1), 164–173.
- Heri Sudarsosno. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Hilwa, Latief, Fitriani, Z, N. (2022). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA KEDAI KOPI TUNGKU HERBAG MAKASSAR*. 3, 594–607.
- Ilham, B. U. (2023). Pendampingan UMKM naik kelas. *Pendampingan UMKM Naik Kelas*, 1, 1st ed., vol. 1.
- Indah Surti, F. N. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Cafe & Resto Steak di Jakarta Selatan. *E Proceeding of Management*, 2(3), 3808–3815. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3930684>
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>
- Mustikasari A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Food Court Uny). *JUurnal Dinamika Teknik*, XIII(1), 24–32.
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>

- Outlet, H., Poros, J. L., Makassar, M., & Bab, I. (2022). *PENGARUH CITA RASA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DAPUR UMMU INSTITUT TEKNOLOGI & BISNIS NOBEL INDONESIA FAKULTAS TEKNOLOGI & BISNIS*.
- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12787>
- Silvia, K. E., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Cita Rasa Dan Varian Menu Ayam Geprek Abu Ahda Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 80–91.
- Terhadap, P., Usaha, K., & Usaha, P. (2022). *Affan Rafli NIM C1B018145 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi*.
- Timo, F. (2021). Pengaruh Variasi Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Di Hotel Victory Kefamenanu. *Inspirasi Ekonomi: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 3(3), 8–16. <https://doi.org/10.32938/ie.v3i3.1267>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>