JUSIE

(Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi)

Volume IV, Nomor 01, Mei – Oktober 2019

Pengaruh Keragaman Menu dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Aur Duri Sumani Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumbar

Penulis : Arfimasri dan Yulhan

Sumber : Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi, Volume IV, Nomor 01, Mei – Oktober 2019

Diterbitkan oleh : Jurusan PIPS FKIP UMMY Solok

Jurnal Sosial dan Ilmu Ekonomi

Volume IV, Nomor 01, Mei – Oktober 2016, p. 1 - 7

ISSN: 2654-6302 (Print) ISSN: 2503-1503 (Online)

https://ojs.fkipummy.ac.id/index.php/jusie



Pengaruh Keragaman Menu dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Rumah Makan Aur Duri Sumani Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumbar

Arfimasri dan Yulhan

Fakultas Ekonomi Universitas Mahaputra Muhammad Yamin Email: arfimasri76@gmail.com, yulhan@yahoo.com

ABSTRACT

Consumer buying interest is part of the behavior component in consuming. In the evaluation phase of the purchasing decision process, consumers form an interest in the product to buy the most preferred product. If the consumer's interest in purchasing has grown, then the consumer will not hesitate to make a repeat purchase at the same place. Repurchase is one of the behaviors after a purchase that was previously based on a sense of satisfaction. A restaurant is a place that provides a diverse menu of dishes and has distinctive features that are the main menu of restaurants. To win the competition, restaurants should try to be able to find out what the needs and desires of consumers are, so consumers decide to make purchases at their restaurants. Every restaurant needs to make changes to the diversity of menus and prices so that consumers are interested in making a purchase. Restaurants must have special food for consumers and be able to increase consumers' purchasing power in restaurants. Therefore, it is necessary to analyze the interest in buying consumers in restaurants according to the needs and tastes of consumers. The restaurant that was used as the object of research was the Aur Duri Sumani restaurant. Aur Duri Sumani restaurant is a restaurant that has a diversity of menus and characteristics that are in demand by consumers. The most popular cuisine for consumers is fish curry and rendang. Fish and meat used as raw materials are fresh fish and meat obtained from farmers. Likewise the other dishes, such as: Dendeng, curry meat, kalio meat, grilled chicken, curry chicken and fried chicken and seasoning chicken and many other dishes. Based on the results of the study, it can be concluded that menu diversity and price perception significantly influence consumers' interest in buying Aur Duri Sumani restaurants. Thank you to the Director of Research and Community Service, for the financial assistance provided for the implementation of the Beginner Lecturer Research. Hopefully the results of this study will benefit all levels of society and the University of University Mahaputra Muhammad Yamin.

Keywords: Menu Diversity, Price Perception, Buying Interest, Consumer

ABSTRAK

Minat beli konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Dalam tahap evaluasi proses keputusan pembelian, konsumen membentuk minat atas produk untuk membeli produk yang paling disukai. Apabila telah tumbuh minat konsumen melakukan pembelian, maka konsumen tidak akan ragu untuk melakukan pembelian ulang pada tempat yang sama. Pembelian ulang merupakan salah satu perilaku setelah pembelian yang sebelumnya didasari rasa kepuasan. Rumah makan adalah tempat yang menyediakan beraneka ragam menu masakan dan mempunyai ciri khas yang menjadi menu unggulan rumah makan. Untuk memenangkan persaingan, rumah makan hendaknya berusaha untuk dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian

dirumah makan mereka. Setiap rumah makan perlu membuat perubahan pada keragaman menu dan harga agar konsumen berminat untuk melakukan pembelian. Rumah makan harus memiliki makanan khas bagi konsumen dan mampu meningkatkan daya beli konsumen dirumah makan. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisa terhadap minat pembelian konsumen di rumah makan sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen. Rumah makan yang dijadikan objek penelitian adalah rumah makan Aur Duri Sumani. Rumah makan Aur Duri Sumani adalah rumah makan yang mempunyai keragaman menu dan ciri khas yang diminati oleh konsumen. Masakan yang paling diminati oleh konsumen adalah gulai ikan dan rendang. Ikan dan daging yang dijadikan bahan baku merupakan ikan dan daging segar yang diperoleh dari peternak. Begitu juga menu masakan yang lainnya, seperti: Dendeng, gulai daging, kalio daging, ayam bakar, ayam gulai dan ayam goreng serta ayam bumbu dan masih banyak menu masakan yang lainnya. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa keragaman menu dan persepsi harga secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli konsumen rumah makan Aur Duri Sumani.

Kata Kunci: Keragaman Menu, Persepsi Harga, Minat Beli, Konsumen

PENDAHULUAN

Konsumen merupakan individu atau kelompok yang akan membeli, memperoleh barang/jasa untuk mereka konsumsi agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Salah satu kebutuhan konsumen tersebut adalah makanan dan minuman. Setiap konsumen dalam memenuhi kebutuhan makanan dan minuman banyak memilih tempat yang menyediakan keduanya secara langsung. Konsumen cendrung memilih rumah makan yang menawarkan menu bervariasi. Keragaman menu merupakan banyaknya variasi masakan yang ditawarkan oleh rumah makan. Setiap rumah makan memiliki ciri khas masakan masing-masing, seperti rumah makan Padang dengan variasi masakan Padang. Persepsi konsumen terhadap harga yang ditawarkan rumah makan, juga menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam melakukan pembelian. Persepsi harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan bermakna bagi mereka. Karena harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas pembelian makanan dan minuman di rumah makan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat harga tertentu akan mempengaruhi daya beli konsumen, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat.

Keragaman menu dan persepsi harga adalah faktor utama yang akan mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian. Minat beli konsumen merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi [3]. Apabila telah tumbuh minat konsumen untuk membeli, maka konsumen tidak akan ragu untuk melakukan pembelian ulang pada tempat yang sama. Pembelian ulang merupakan salah satu perilaku setelah pembelian yang sebelumnya didasari rasa kepuasan. Pembeli yang merasa puas, maka akan melakukan pembelian ulang. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat mendorongnya untuk melakukan pembelian ulang dan menjadi loyal terhadap rumah makan tersebut. Untuk memenangkan persaingan dengan rumah makan lain hendaknya suatu rumah makan berusaha untuk dapat mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian dirumah makan mereka. Jika rumah makan ramai dikunjungi oleh konsumen maka konsumen baru akan bermunculan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian terhadap minat pembelian konsumen terhadap rumah makan Aur Duri Sumani.

Rumah Makan Aur Duri Sumani berada di jalan lintas Solok-Padang Panjang KM 10 Sumani Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumatera Barat. Konsep yang diterapkan oleh rumah makan ini dalam memasarkan produknya yaitu rumah makan yang menawarkan bermacam-macam jenis masakan dengan menu yang identik dengan masakan minang serta menawarkan harga yang dapat dijangkau oleh semua konsumen. Menu khusus yang paling banyak diminati oleh konsumen yaitu gulai ikan. Tujuan khusus penelitian adalah untuk mengetahui apakah keragaman menu dan persepsi harga memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen rumah makan Aur Duri Sumani, baik secara parsial maupun secara simultan.

METODE PENELITIAN

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder. Metode untuk memperoleh data yang dapat diuji kebenarannya dan sesuai dengan masalah yang diteliti secara lengkap maka digunakan teknik pengumpulan data, sebagai berikut: Kuesioner, Wawancara dan Observasi. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling. Non Probability Sampling* adalah bagi setiap unsur atau anggota populasi mempunyai peluang untuk dipilih manjadi sampel. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah *Incidental Sampling. Incidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (100 responden). Variabel penelitian dibedakan menjadi dua jenis yaitu variabel bebas *(independent variable)* variabel terikat *(dependent variable)*:

- 1. Variabel bebas (independent variable), merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah keragaman menu (X_1) dan persepsi harga (X_2) .
- 2. Variabel terikat (*dependent variable*), merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah minat beli konsumen (Y).

Agar data yang telah dikumpulkan dapat bermanfaat bagi penelitian maka data haruslah dianalisis sedemikian rupa sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Metode analisis data yang akan digunakan adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel terikat dengan salah satu atau lebih variabel bebas, dengan tujuan untuk mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata veriabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui. Tahap-tahap dalam analisis ini yaitu: uji validitas, reliablilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t dan uji f serta koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Rumah Makan Aur Duri Sumani memiliki karyawan yang sangat memadai, rumah makan ini memiliki karyawan sebanyak 15 orang dengan kapasitas pelayanan hingga 100 orang, dengan keahlian yang bervariasi. Rumah makan ini menggunakan 7 hari kerja, untuk hari istirahat diatur langsung oleh manajer. Dalam sehari karyawan bekerja selama 14 jam dan istirahat selama 1 jam, pekerjaan dimulai dari jam 07.00 WIB hingga pukul 21.00 WIB. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis regresi linear berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Regresi Berganda

Coefficients^a

	5001110110110							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		В	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,872	2,176		3,618	,000		
	Keragaman Menu	,686,	,043	,842	16,058	,000	,998	1,002
	Persepsi harga	,113	,049	,121	2,303	,023	,998	1,002

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2019

Berdasarkan dari hasil pengolahan data dengan program PSSS di atas, maka dapat diperoleh model persamaan regresi linear berganda untuk mengukur pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y sebagai berikut:

$Y = 7,872 + 0,686X_1 + 0,113X_2$

Dimana:

Y = minat beli konsumen

α = konstanta regresi

 b_1b_2 = koefisien regresi

X₁ = keragaman menu

X₂ = persepsi harga

Berdasarkan persamaan linear regresi berganda maka dapat dianalisis sebagai berikut:

- 1. Persamaan linear berganda diketahui mempunyai konstanta sebesar 7,872. Besar konstanta menunjukkan bahwa jika variabel-variabel independen keragaman menu dan persepsi harga sama dengan nol maka variabel dependen yaitu minat beli konsumen akan bernilai sebesar konstanta yaitu 7,872%.
- 2. Keragaman menu (X_1) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,686, setiap kenaikan satu pelanggan (asumsi Koefisien X2 tetap), maka minat beli konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,686%.
- 3. Persepsi Harga (X₂) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,113, setiap kenaikan satu pelanggan (asumsi Koefisien X1 tetap), maka minat beli konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,113%.

Pengujian hipotesis dapat dilakukan secara parsial dan simultan. Pengujian secara parsial bertujuan untuk mengetahui bahwa variabel independen yaitu keragaman menu (X_1) dan Persepsi harga (X_2) secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen (Y). Untuk lebih jelas dapat digambarkan sebagai berikut:

H1: Diduga Keragaman Menu Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Konsumen

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Nilai t- $_{tabel}$ pada tingkat signifikan 5% adalah 1,659. Untuk variabel keragaman menu (X1) diperoleh t- $_{hitung}$ sebesar 16,058 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Maka hipotesis yang dirumuskan diterima yang artinya keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada rumah makan Aur Duri Sumani.

H2: Diduga Persepsi Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat Beli Konsumen

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Nilai t- $_{tabel}$ pada tingkat signifikan 5% adalah 1,659. Untuk variabel Persepsi Harga (X_2) diperoleh t- $_{hitung}$ sebesar 2,303dan nilai signifikan 0,023 < 0,05. Maka hipotesis yang dirumuskan diterima yang artinya persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada rumah makan Aur Duri Sumani.

Pengujian secara simultan dapat dilakukan dengan uji F yang bertujuan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.. Hasil tersebut dapat dibuktikan pada table berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVAa

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	732,919	2	366,460	133,674	,000b
	Residual	265,921	97	2,741		
	Total	998,840	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Hasil yang diperoleh adalah keragaman menu dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dengan tingkat signifikansi 0,000 kecil dari 0,05 dan nilai Fhitung 133,874. *Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2019*

b. Predictors: (Constant), Persepsi harga, Keragaman Menu

Selain itu juga dapat dilihat dengan nilai koefisien determinasi (R Square) pada table berikut ini:

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,857a	,734	,728	1,656	1,833	

a. Predictors: (Constant), Persepsi harga, Keragaman Menu

b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Sumber: Hasil Olahan Data Tahun 2019

Hasil yang diperoleh adalah nilai R Square sebesar 0,734 atau sebesar 73,4%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen keragaman menu dan persepsi harga dalam menjelaskan variabel dependen yaitu minat beli konsumen adalah sebesar 73%. Sedangkan masih banyak faktor-faktor lain selain keragaman menu dan persepsi harga yang mempengaruhi minat beli konsumen dengan persentase sebesar 27%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada rumah makan Aur Duri Sumani. Hal ini dibuktikan nilai signifikansi kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
- b. Persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada rumah makan Aur Duri Sumani. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan kecil dari 0,05 yaitu 0,023.
- c. Keragaman menu dan persepsi harga berpengaruh secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikannya kecil dari 0,05 yaitu 0,000.
- d. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kontribusi keragaman menu dan persepsi harga dalam menjelaskan minat beli konsumen adalah sebesar 73%. Sedangkan sisanya sebesar 27% dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Saran yang dapat diberikan sebagai masukan dalam upaya perbaikan berkesinambungan untuk meningkatkan minat beli konsumen dan bagi peneliti berikutnya adalah:

- a. Keragaman menu dan persepsi harga merupakan faktor penting dalam menentukan minat beli konsumen. Maka dari itu disarankan agar pihak rumah makan lebih selektif lagi dalam menarik minat konsumen sehingga dapat meningkatkan daya beli konsumen.
- b. Untuk peneliti selanjutnya agar meneliti variabel lain yang mempengaruhi minat beli konsumen seperti lokasi, kualitas pelayanan, iklan, kepercayaan merek, citra merek dan lainnya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Suryana. 2009. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.

Meldarianda, R. 2010. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Cafe Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 17 (2), 97–108.

Kusdyah, I. 2012. Persepsi Harga, Merk, Nilai dan Keinginan membeli ulang jasa klinic kesehatan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 7 (1), 25–32. https://doi.org/10.9744/ pemasaran. 7.4.25-32

Sedarmayanti. 2009. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Erlangga.

Udaya, Jusuf. 2013. *Manajement Stratejik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Desi Arista, E., & Rahayu Triastuti, S. 2011. Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen, *13* (1), 37–45.

- Kotler, P., & Keller, K. L. 2009. Manajemen Pemasaran (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Fure, H. 2013. Lokasi, keberagaman produk, harga produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273–283.
- Ali, W., & Listiyorini. 2013. Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Social and Politiciponegoro Journal Of Social And Politic*, 1–9.
- Janita, I. D. 2011. *Pemasaran Pariwisata Yang Bertanggung Jawab*. Jakarta: Pinus Book.
- Arijanto, A. 2014. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis* (3rd ed.). Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. 2015. *Prilaku Organisasi*. (A. Suslia, Ed.) (16th ed.). Jakarta: Salemba empat.
- Sutrisno, E. 2009. Manajemen Suber daya Manusia (1st ed.). Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sumanti, J. C., & Mangantar, M. 2015. Analisis kepemilikan manajerial, kebijakan hutang dan profitabilitas terhadap kebijakan dividen dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA*, *3* (1), 1141–1151.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.