

## **ANALISIS PENGARUH VARIASI MENU MAKANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RESTORAN BANDAR DJAKARTA, ALAM SUTERA**

**Velicia Sumantri\***

Universitas Bunda Mulia, Serpong, Indonesia  
[veliciasumantri@gmail.com](mailto:veliciasumantri@gmail.com)

**Roles Ni Made Sri Puspadewi**

Universitas Bunda Mulia, Serpong, Indonesia  
l1938@lecturer.ubm.ac.id

### **Abstract**

*The purpose of this research is to see whether variations in the food menu have an impact on purchasing decisions at restaurants in Bandar Djakarta Alam Sutera. The research was carried out using quantitative descriptive research methods. Data were obtained from the results of distributing questionnaires to 100 respondents. The questionnaire consists of 35 statements using a Likert scale online using the Google form. The results of the questionnaires distributed were then processed using the SPSS tool with regression analysis. Based on the analysis conducted, it was found that most of the respondents in this study were female, aged 17 to 21 years. From the validity and reliability tests performed, the results show that the data is valid and reliable. The findings of this study also meet the classical assumption requirements. In the linear regression analysis, it was found that the variation in the food menu had an influence on the purchase decision with a constant value of 0.874 and based on the results of the determination coefficient carried out, it was known that the impact of the food menu variation on the purchase decision was 52.6% while the rest was driven by other things outside this research. From the results presented, it can be concluded that variations in the food menu can influence purchasing decisions.*

**Keywords:** *Food Menu Variation, Purchase Decision, Restaurant*

### **Abstrak**

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini yakni melihat apakah variasi menu makanan memberikan dampak pada keputusan pembelian pada Restoran di Bandar Djakarta Alam Sutera. Dilaksanakan penelitian dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, data didapatkan dari hasil sebaran kuesioner pada 100 responden. Kuesioner tersebut terdiri atas 35 pernyataan dengan memanfaatkan skala likert secara online dengan penggunaan google form. Hasil kuesioner yang disebar kemudian diolah dengan alat bantu SPSS dengan analisis regresi.

Berdasarkan Analisa yang dilakukan diperoleh hasil bahwa kebanyakan responden penelitian ini berjenis kelamin perempuan dengan usia 17 sampai dengan 21 tahun. Dari uji validitas dan reliabilitas yang dilakukan diperoleh hasil bahwa data valid dan reliabel. Temuan penelitian ini juga sudah memenuhi syarat asumsi klasik. Dalam analisis regresi linear diperoleh hasil bahwa variasi menu makanan memberikan pengaruh bagi keputusan pembelian dengan nilai konstanta 0,874 dan berdasarkan hasil koefisien determinasi yang dilaksanakan diketahui bahwa dampak yang diberikan variasi menu makanan pada keputusan pembelian sebesar 52,6% sementara sisanya didorong oleh hal lain di luar penelitian ini. Dari hasil yang dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa variasi menu makanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Variasi Menu Makanan, Keputusan Pembelian, Restoran

## **PENDAHULUAN**

Saat ini bisnis restoran mengalami pertumbuhan yang cukup pesat di kalangan masyarakat. Hal juga didorong oleh jumlah penduduk yang terus mengalami pertumbuhan sehingga kebutuhan konsumsi juga bertambah. Di era saat ini sudah banyak restoran yang bermunculan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah restoran di Alam Sutera sudah semakin berkembang dan sudah makin banyak dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan dari konsumen.

Menurut Tangian (2019) restoran ialah tempat yang didalamnya menyediakan layanan makanan dan minuman. Menurut Kotler (Laksana, 2018), pelayanan dapat dimaknai dengan tiap tindakan ataupun kegiatan yang dapat ditawarkan oleh seseorang pada orang lain, yang secara mendasar tidak memiliki wujud dan tidak menjadikan adanya kepemilikan apapun.

Sejalan dengan tingginya perkembangan bisnis restoran, bisnis restoran kemudian bukan sekadar menjadi bisnis yang menyediakan makanan akan tetapi juga menjual aspek suasana, pelayanan, dan lingkungan adapun ketiga aspek tersebut dimiliki oleh restoran Bandar Djakarta. Masyarakat menjadi lebih senang untuk makan di restoran karena dapat menjadi tempat rekreasi dan juga aktualisasi diri, sehingga akan memberi dampak baik pada restoran Bandar Djakarta. Maka, restoran Bandar Djakarta menyesuaikan varian menu dan rentang harga yang terjangkau untuk memudahkan pelanggan dalam menentukan pilihannya.

Bandar Djakarta merupakan sebuah restoran seafood yang bertempat pada daerah Alam Sutera, yang memiliki konsep pasar ikan sendiri dengan berbagai live

seafood dan fresh seafood, dengan berbagai kenyamanan yang diberikan pada pelanggan tersebut dan dengan mengindahkan aspek pemandangan indah, kenyamanan suasana untuk bersantai dan melakukan rekreasi sambil menyantap hidangan laut.

Bandar Djakarta mempunyai empat cabang restoran, yang lokasinya terletak di Ancol, Bekasi, dan di Baywalk Mall. Untuk menambah daya tarik bagi pengunjung, Bandar Djakarta Alam Sutera menyediakan diskon hingga 50% pada tiap hari senin sampai dengan kamis, selain itu juga tersedia area dan paket untuk birthday party, gathering, serta wedding.

Menurut Manuntun (2015) dalam Adriyanti (2018) menu berasal dari Bahasa perancis yakni Le menu yang maknanya daftar makanan yang tersaji pada tamu di ruang makan. Pada lingkungan rumah tangga, menu dapat dimaknai dengan susunan makanan ataupun suatu hidangan tertentu. Menu yakni pedoman bagi yang mempersiapkan makanan ataupun hidangan. Bahkan merupakan penuntun bagi mereka yang senang menikmati apa yang dihidangkan. Tiap menu restoran dari Bandar Djakarta bercita rasa unik serta pemasakan makanan dilaksanakan oleh berbagai chef yang memiliki keahlian dan pengalaman sehingga tampilan, aroma, rasa, tekstur, dan lain sebagainya hendaknya terhidang dengan menarik dan bercita rasa. Pada Restoran Bandar Djakarta terdapat berbagai menu yang dikelompokkan dari harga, tampilan, rasa, bahan, dan lain sebagainya.

Keunikan dari menu yang bervariasi dapat menjadikan konsumen sebagai pengalaman yang cukup memberikan kesan bagi pelanggan sehingga variasi menu makanan ialah sebuah faktor yang memberikan dampak pada keputusan pembelian pelanggan. Kini seseorang yang sudah menetapkan untuk melakukan pembelian atas suatu barang atau jasa terdapat banyak faktor yang dapat memberikan dorongan dan menjadikan pertimbangan bagi konsumen dalam menetapkan keputusan untuk membeli produk diantaranya perilaku konsumen sendiri (Gede, dkk: 2022). Konsumen akan mempertimbangan sebelum melakukan pembelian karena adanya berbagai faktor yakni salah satunya menu makanan.

Restoran seringkali dihadapkan oleh suatu masalah, yaitu kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya, perubahan selera konsumen, dan tidak menentunya kondisi ekonomis. Apalagi saat adanya covid-19 ini maka secara tidak langsung akan berdampak pada restoran ini yang menjadi permasalahan pada restoran Bandar Djakarta yakni cara agar hati konsumen terpikat dan membeli.

Dari berbagai menu yang bervariasi dan tersaji hendaknya dapat terjaga konsistensinya sehingga dapat meningkatkan keputusan untuk membeli. Sebagaimana terdapat pada tabel 1.1 menunjukkan terjadinya penurunan jumlah pelanggan Restoran Bandar Djakarta meskipun sudah mempunyai menu makanan yang harganya beragam, rasanya nikmat, dan bahan yang dipergunakan. Tidak seperti tahun sebelumnya, tamu dapat bebas dan dapat menikmati suasana. Sewaktu pandemi berlangsung, tamu tidak dapat makan di tempat (dine in) dan restoran hanya melayani take away atau tamu dapat memesan makanan untuk dibawa pulang. Namun, di masa pandemi, ada beberapa waktu Restoran Bandar Djakarta terpaksa harus tutup untuk mengikuti peraturan dari peraturan pemerintah. Hal ini menyebabkan adanya penurunan income.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk mengulik lebih dalam mengenai variasi menu makanan terhadap keputusan pembelian di Restoran Bandar Djakarta Alam Sutera sehingga peneliti melakukan penelitian tentang “Analisis Pengaruh Variasi Menu Makanan terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Bandar Djakarta Alam Sutera”.

## **METODE PENELITIAN**

Metode kuantitatif dalam Sugiyono (2020) yaitu metode penelitian yang terbentuk dari data dan angka yang didapatkan dari laporan keuangan perusahaan yang hendak diteliti.

Dipergunakan pendekatan penelitian yakni pendekatan deskriptif. Sugiyono (2020) memaknai pendekatan ini dengan pendekatan yang bertujuan untuk mengetahui keberadaan dari variabel mandiri baik satu ataupun lebih tanpa membandingkan variabel.

Adapun sumber data penelitian ini berasal dari kedua sumber berikut ini: 1) Data Primer yakni sumber data langsung diberikan pada pihak yang mengumpulkan data. Data primer dapat diperoleh dengan melakukan kuisisioner. 2) Data Sekunder yaitu Sugiyono (2018) mendefinisikan data sekunder dengan data yang diperoleh dari sumber kedua yakni buku, pihak lain dan sebagainya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data dan Interpretasi

#### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Hasil uji validitas .dengan monogean program SPSS versi 25 yang telah dilakukan oleh peneliti untuk variabel Variasi Menu Makanan (X) dan Keputusan Pembelian (Y) antara lain sebagai berikut.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Variasi Menu Makanan (X)**

Pernataan	(Rhitung)	Rtabel	Keterangan
Variasi Kualitas Produk		0,2960	VALID
X1	0,817		
X2	0,592		
X3	0,651		
X4	0,671		
Kelengkapan Produk			
X5	0,541		
X6	0,470		
X7	0,562		
X8	0,604		
Variasi Ukuran Produk			
X9	0,711		
X10	0,660		
X11	0,462		
Merk Produk			
X12	0,630		
X13	0,653		
X14	0,609		

Sumber: (Diolah oleh peneliti, 2023)

Menurut hasil yang dijabarkan pada Tabel 4.1 yang merupakan hasil dari uji validitas variabel Variasi Menu Makanan (X), dapat diketahui bahwa nilai hitung *Pearson Correlation* (Rhitung) lebih besar dibandingkan dengan Rtabel (0,2960) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa setiap item pernyataan atau indikator dari

masing-masing dimensi pada variabel Variasi Menu Makanan (X) dikatakan valid. Maka, indikator tersebut dapat digunakan sebagai pernyataan dalam kuesioner yang dibutuhkan untuk pengumpulan data.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)**

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i> (R <sub>hitung</sub> )	R <sub>tabel</sub>	Keterangan
Pemilihan Produk		0,2960	VALID
Y1	0,782		
Y3	0,747		
Pemilihan Merek			
Y4	0,759		
Y5	0,670		
Y6	0,724		
Pemilihan Penyalur			
Y7	0,553		
Y8	0,531		
Y9	0,803		
Waktu Pembelian			
Y10	0,940		
Y11	0,810		
Y12	0,634		
Jumlah Pembelian			
Y13	0,751		
Y14	0,678		

Sumber: (Hasil olah data oleh peneliti, 2023)

Menurut hasil yang dijabarkan pada Tabel 4.2 yang merupakan hasil dari uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y), dapat diketahui bahwa nilai hitung *Pearson Correlation* (R<sub>hitung</sub>) lebih besar dibandingkan dengan R<sub>tabel</sub> (0,2690) sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa setiap item pernyataan atau indikator dari masing-masing dimensi pada variabel Keputusan Pembelian (Y) dikatakan valid.

Maka indikator tersebut dapat digunakan sebagai pernyataan untuk instrumen kuesioner yang dibutuhkan untuk pengumpulan data penelitian.

### Uji Reliabilitas

*Pre-test* dilakukan sebelum menyebarkan kuesioner ke 100 responden. *Pre-test* ini dilakukan ke 30 .responden pertama dengan melakukan uji reliabilitas dapat dilaksanakan dengan menggunakan uji Cronbach. Alpha > 0,60 sehingga disimpulkan bahwa data reliabel dan diterima. Hasil dari uji reliabilitas yang dilakukan dengan bantuan SPSS versi 25 dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas Menu Makanan**

<b>Reliability Stastics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	14

Sumber: (Diolah oleh peneliti, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 yang merupakan hasil dari uji reliabilitas variabel Variasi Menu Makanan (X), dapat dilihat bahwa item-item pernyataan untuk variabel Variasi Menu Makanan (X) dengan total 14 pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,883 > 0,60. Maka dengan hasil tersebut, sehingga dapat ditetapkan kesimpulan bahwa setiap pernyataan yang terdapat dalam variabel Variasi Menu Makanan (X) dikatakan reliabel dan dapat diterima

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items

.914	14
------	----

Sumber: (Hasil olah data oleh peneliti, 2023)

Berdasarkan Tabel 4.4 yang merupakan hasil dari uji reliabilitas. variabel Keputusan Pembelian (Y), dapat dilihat bahwa item-item pernyataan untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan total 14 pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar  $0,914 > 0,60$ . Sehingga dapat dinyatakan bahwa data andal atau reliabel.

### Uji Statistik Deskriptif

Pada penelitian. ini, analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui persepsi dari total 100 responden mengenai Analisis Pengaruh Variasi Menu Makanan pada Keputusan Pembelian di Restoran Bandar Djakarta dengan uraian berikut ini.

### Pengaruh Variasi Menu Makanan

Adapun hasil dari kuesioner mengenai variasi menu makanan dapat dinyatakan sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Olah Data Deskriptif Variabel Pengaruh Variasi Menu Makanan (X)**

Dimensi	Indikator	Mean Variabel	Mean Dimensi
Variasi Kualitas Produk	Cita rasa makanan yang ditawarkan oleh Bandar Djakarta memiliki ciri khasnya tersendiri	4,31	4,25
	Saya suka dengan kualitas produk Bandar Djakarta karena produk yang disajikan lengkap serta menyenangkan	4,42	



	Makanan yang disajikan oleh Bandar Djakarta sangat enak serta unik sehingga pelanggan suka dengan kualitas produk makanan Bandar Djakarta	4,29	
	Bandar Djakarta Alam Sutura menyajikan dessert menggunakan peralatan unik (seperti batok kelapa) yang memiliki keistimewaan tambahan atau dijadikan ciri khas	4,28	
Kelengkapan Produk	Produk makanan Bandar Djakarta sangat bervariasi dan sangat lengkap	4,38	4,43
	Bumbu makanan yang dimiliki Bandar Djakarta (saus padang, lada hitam, bakar cabe ijo, bakar sambal matah, dll) mempunyai ciri khas tersendiri dan sangat beragam	4,47	
	Bandar Djakarta memiliki bahan pelengkap makanan (sambal matah, sambal terasi, sambal mangga, kecap, dll)	4,41	
	Bandar Djakarta menyajikan banyak pilihan menu makanan dari mulai	4,47	

	makanan berat sampai dessert		
Variasi Ukuran Produk	Setiap porsi ukuran makanan di Bandar Djakarta sesuai dengan keinginan Anda (sesuai standar)	4,16	4,32
	Hidangan yang disajikan Bandar Djakarta sesuai dengan daftar menu	4,41	
	Menurut saya, model kemasan yang diberikan Bandar Djakarta sangat menarik	4,39	
Merek Produk	Restoran Bandar Djakarta memiliki ciri khas varian rasa yang berbeda dengan restoran lainnya	4,22	4,28
	Nama restoran Bandar Djakarta adalah nama restoran yang terkenal dan mudah diingat	4,55	
	Restoran Bandar Djakarta adalah restoran yang memiliki harga yang terjangkau	4,07	

Sumber: (Diolah oleh peneliti, 2023)

Rata-rata (*mean*) tertinggi dan terendah dari dimensi variasi menu makanan dari variasi kualitas produk, kelengkapan produk, variasi ukuran produk, dan merek produk pada setiap indikator yaitu:

Pertama pada rata-rata (*mean*) tertinggi variasi kualitas produk yaitu pada variabel X2 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “saya suka dengan kualitas produk Bandar Djakarta karena produk yang disajikan lengkap serta menyenangkan dan mudah diingat” sedangkan mengenai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada variabel X4 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “Bandar Djakarta Alam Sutera menyajikan dessert menggunakan peralatan unik (seperti batok kelapa) yang memiliki keistimewaan tambahan atau dijadikan ciri khas”.

Selanjutnya rata-rata (*mean*) tertinggi pada indikator terhadap kelengkapan produk adalah variabel X6 dan X8 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “bumbu makanan yang dimiliki Bandar Djakarta (saus padang, lada hitam, bakar cabe ijo, bakar sambal matah, dll) mempunyai ciri khas tersendiri dan sangat beragam” dan X8 dengan pernyataan “Bandar Djakarta memiliki banyak pilihan menu makanan diantaranya makanan besar sampai dessert”, sedangkan mengenai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada variabel X5 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “produk makanan Bandar Djakarta sangat bervariasi dan sangat lengkap”.

Lalu, rata-rata (*mean*) tertinggi indikator terhadap variasi ukuran produk adalah variabel X10 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “hidangan yang disajikan Bandar Djakarta sesuai dengan daftar menu” sedangkan mengenai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada variabel X4 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “setiap porsi ukuran makanan di Bandar Djakarta sesuai dengan keinginan Anda (sesuai standar)”.

Terakhir, rata-rata (*mean*) tertinggi indikator terhadap merk produk adalah variabel X10 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “nama restoran Bandar Djakarta adalah nama restoran yang terkenal dan mudah diingat” sedangkan mengenai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada variabel X14 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “restoran Bandar Djakarta adalah restoran yang memiliki harga yang terjangkau”.

### **Keputusan Pembelian**

Berikut rata-rata (*mean*) skor persepsi dari total 400 responden terhadap variabel Kepuasan Tamu.

**Tabel 4.6**

**Hasil Olah Data Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Dimensi	Indikator	Mean Variabel	Mean Dimensi
Pemilihan Produk	Saya membeli makanan seafood Bandar Djakarta karena adanya keinginan saya	4,30	4,32
	Informasi yang diberikan mengenai menu yang ditawarkan sesuai dengan kenyataan sehingga saya berminat untuk membeli makanan.	4,34	
Pemilihan Merek	Saya memilih produk sesuai dengan keinginan karena harga dan kualitas makanan yang bagus	4,32	4,26
	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Bandar Djakarta atas rekomendasi orang lain	4,11	
	Setelah melihat-lihat menu makanan, saya tertarik untuk membeli makanan di restoran Bandar Djakarta	4,36	
Pemilihan Penyalur	Saya memutuskan untuk membeli makanan Bandar Djakarta berdasarkan pengalaman orang lain	4,03	4,13
	Saya membeli makanan seafood Bandar Djakarta karena tidak adanya	4,14	

	bujukan orang lain		
	Saya memutuskan untuk melakukan pemesanan di Bandar Djakarta karena penilaian yang tinggi dari konsumen lain	4,23	
Waktu Pembelian	Saya akan menjadi pelanggan setia Bandar Djakarta dalam melakukan pemesanan	3,95	3,86
	Saya akan melakukan pembelian makanan di Bandar Djakarta secara terus-menerus dan berulang-ulang	3,85	
	Saya selalu memesan makanan di Bandar Djakarta setiap weekends	3,79	
Jumlah Pembelian	Saya merasa puas setelah melakukan pembelian melalui Gofood/delivery	3,98	4,22
	Saya merasa puas setelah makan makanan di restoran Bandar Djakarta	4,46	

Sumber: (Diolah oleh peneliti, 2023)

Rata-rata (*mean*) tertinggi dan terendah dari dimensi keputusan pembelian dari pemilihan produk, pemilihan merek, menetapkan distributor, waktu dalam membeli, dan jumlah pembelian pada setiap indikator yaitu:

Pertama, pada pemilihan produk rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada variabel Y2 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “informasi yang diberikan mengenai menu yang ditawarkan sesuai sesuai dengan kenyataannya”. Sedangkan mengenai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada variabel Y1 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan

pernyataan “saya membeli makanan *seafood* Bandar Djakarta karena adanya keinginan saya”.

Lalu pada pemilihan merek, rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada variabel Y5 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “setelah melihat-lihat menu makanan, saya tertarik untuk membeli makanan di restoran Bandar Djakarta” sedangkan mengenai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada variabel Y4 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Bandar Djakarta atas rekomendasi orang lain”.

Selanjutnya pada pemilihan penyalur, rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada variabel Y8 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “saya memutuskan untuk melakukan pemesanan di Bandar Djakarta karena penilaian yang tinggi dari konsumen lain” sedangkan mengenai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada variabel Y6 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “saya memutuskan untuk membeli makanan Bandar Djakarta berdasarkan pengalaman orang lain”

Pada waktu pembelian, rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada variabel Y9 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “saya akan menjadi pelanggan setia Bandar Djakarta dalam melakukan pemesanan” sedangkan mengenai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada variabel Y11 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “saya selalu memesan makanan di Bandar Djakarta setiap *weekends*”.

Jumlah pembelian terhadap rata-rata (*mean*) tertinggi terdapat pada variabel Y11 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “saya merasa puas setelah makan makanan di restoran Bandar Djakarta” sedangkan mengenai rata-rata (*mean*) terendah terdapat pada variabel Y12 yang menunjukkan bahwa 100 responden sangat setuju dengan pernyataan “saya merasa puas setelah melakukan pembelian melalui Gofood/delivery”.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan data pada bab 4, peneliti menarik beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Berdasarkan hasil dari uji regresi linier berganda, nilai konstanta Keputusan Pembelian sebesar 0,974 yang berarti jika nilai variabel bebasnya 0, maka nilai variabel terikatnya akan meningkat sebesar 0,974. Koefisien regresi setiap

- variabel bebas bernilai positif sehingga terbukti adanya kontribusi terhadap variabel terikat. Maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian di restoran Bandar Djakarta dipengaruhi oleh Variasi Menu Makanan yang ditawarkan.
2. Berdasarkan uji normalitas, diketahui bahwa pola distribusi yang sejalan dengan garis diagonal sehingga dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi dengan normal.
  3. Dari uji t diperoleh nilai signifikan pada dampak variabel menu makanan pada variabel keputusan pembelian sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga variabel ini memberi dampak pada keputusan pembelian secara parsial.
  4. Pada uji F yang dilaksanakan nilai signifikansi untuk pengaruh Variasi Menu Makanan sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya Variasi Menu Makanan secara simultan memberi dampak pada Keputusan Pembelian.
  5. Berdasar pada uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), nilai R Square ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,526 atau 52,6%. Sehingga dapat ditetapkan kesimpulan bahwa Keputusan Pembelian dijelaskan oleh variabel Variasi Menu Makanan sebesar 52,6%, selebihnya atau sebesar 47,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aprileny, I., Arifiani, P. N., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Variasi Menu, Store Atmosphere Dan Citra Restoran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen: Restoran Bijin Nabe By Tsukada Nojo Plaza Senayan, Jakarta). *IKRAITH-EKONOMIKA*, 5(3), 108-116.
- Apriliani, V. D., Waloejo, H. D., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Susu Moeria Café di Kabupaten Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 180-187.
- Nadifah, M. L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Keragaman Menu Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kedai Yakini Cabang Krian Sidoarjo. *Journal of Sustainability Bussiness Research (JSBR)*, 3(2), 53-62.
- Noerhamzah, M. A., Widarko, A., & Asiyah, S. (2021). Pengaruh Lokasi, Harga, Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada

Konsumen Cokelat Klasik di Candi Badut Kota Malang). E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen.

- Riftian, N. M., & Sugiyono, S. (2021). analisa pengaruh keragaman menu, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen usaha kuliner manalagi tropodo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(2).
- Renwarin, J. M. (2022). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Variasi Menu Terhadap Keputusan Pembelian di Pempek G Putra. *KALBISIANA Jurnal Sains, Bisnis dan Teknologi*, 8(3), 3185-3205.
- Afriani, M., & Pratama, T. (2022). pengaruh cita rasa dan variasi menu terhadap tingkat kepuasan konsumen di rumah makan aneka seblak sei panas kota batam. *Jurnal Mata Pariwisata*, 1(2), 55-61.
- Karya, H. (2019). Pengaruh Variasi Menu, Harga dan Suasana Tempat Terhadap Kepuasan Konsumen Warunk Upnormal di Kota Makassar (Doctoral dissertation).
- Kinanti, S. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan variasi produk terhadap keputusan pembelian Ramen Rajuri cabang Jatinangor: Studi pada konsumen Ramen Bajuri cabang Jatinangor (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).
- Adriyanti, A. W. (2018). Gambaran Kesesuaian Siklus Menu, Besar Porsi, Tingkat Kecukupan Energi dan Protein Remaja di Panti Asuhan Baitul Falah Semarang (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Semarang).
- 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.
- Antika, N. W. P. F., & Indiani, N. L. P. (2023). peran variasi menu, lokasi, dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kembali (studi kasus pada zactie bar and restaurant). *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 5(1),1-13.



- Nur Arifiani, P. (2020). Pengaruh variasi menu, store atmosphere dan citra restoran terhadap keputusan pembelian (Doctoral dissertation, sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia jakarta).
- Cahyo, A. N., Hufron, M., & Primanto, A. B. (2020). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Warung Ketan Ibu'e Amik Desa Tulungrejo Kecamatan Pare Kabupaten Kediri. E- JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen, 9(23).
- Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang).
- Prawannarat Brewer and Angela G. Sebby. (2021). The effect of online restaurant menus on consumers' purchase intentions during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Hospitality Management* 94 .
- Adrianto, R. (2021). Kredibilitas Influencer dalam Membentuk Kepercayaan Kosumen terhadap Brand. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 54-60
- Laluyan, Glen Irwinto, Wibowo, Imam, & Setiorini, Amanda. (2019). Implementasi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD. id Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*,