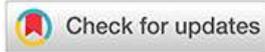


## PENGARUH VARIAN MENU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA RUMAH MAKAN PAK QOMAR SIDAYU GRESIK



<sup>1\*</sup>Siswanto, <sup>2</sup>Muji Widodo

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nu Trate - Indonesia

### e-mail :

<sup>1\*</sup>siswantobasir6@gmail.com (corresponding author)

<sup>2</sup>widodomuji2017@gmail.com

### ABSTRACT

*This study examines the effect of menu variants and service quality on purchasing decisions at Pak Qomar restaurant Sidayu Gresik. The population in this study were customers of Pak Qomar restaurant Sidayu Gresik for 4 months. The number of samples using Slovin's theory as many as 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire that has been tested for validity and reliability. This study uses a quantitative approach with multiple regression analysis methods. The data analysis uses the IBM SPSS 22 program. The results showed that there was a partial and simultaneous influence of menu variants and service quality on purchasing decisions at Pak Qomar restaurant Sidayu Gresik*

**Keywords:** Menu Variant; Service Quality; Purchasing Decision

**Diterima (Received) :** 21-10-2023

**Direvisi (Revised) :** 10-02-2024

**Disetujui (Approved) :** 24-02-2024

**Dipublikasi (Published) :** 01-03-2024



©2024 Copyright (Hak Cipta) : Penulis (Authors)

Diterbitkan oleh (Published by) : Program Studi Manajemen, Universitas Nusa Cendana, Kupang – Indonesia.

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi (This is an open access article under license) :

CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

---

## PENDAHULUAN

Pada era saat ini dimana dunia usaha berkembang dengan pesat, salah satunya bisnis di bidang kuliner. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Pelanggan hendaknya merasa puas terhadap produk atau jasa yang digunakannya agar selalu setia dalam menggunakan jasa atau produk yang diproduksi (Bastiar, 2010) Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, pelanggan memberikan kontribusi penting bagi perusahaan dalam perencanaan pemasaran sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya dan mampu bersaing di pasar. Mengukur kepuasan pelanggan merupakan tugas perusahaan, karena memberikan masukan dan masukan bagi perusahaan untuk kebutuhan pengembangan perusahaan (Marie & Budi, 2020). Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka pelanggan akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bersaing di pasar.

Mempertimbangkan kepentingan pelanggan berdasarkan kebutuhan dan keinginan serta kepuasan terhadap pelayanan merupakan faktor kunci keberhasilan perusahaan dalam situasi persaingan yang semakin sulit. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mampu menawarkan sesuatu dalam menu yang beragam dan mampu meninggalkan kesan yang baik kepada pelanggan dengan memberikan kepuasan sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan. Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang berkomitmen meningkatkan penjualannya. Bagi perusahaan, kunci terpenting untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai tambah kepada pelanggan, sehingga penjualan dapat ditingkatkan dengan menawarkan variasi produk dan pilihan menu sekaligus memberikan pelayanan yang berkualitas.

Rumah makan Pak Qomar yang berdiri sejak 12 April 2013 merupakan salah satu rumah makan yang terletak di Jl. Raya Dandeles no. 44 Purwodadi, kec. Sidayu kab. Gresik. Rumah makan ini menjual berbagai jenis makanan. Menu makanan dan minuman yang ada di Rumah makan Pak Qomar juga beragam, khususnya masakan bebek yang menjadi andalan mereka. Terdapat beberapa pilihan rumah makan yang berada disekitar rumah makan Pak Qomar dan banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan pelanggan untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi kriteria yang menjadi bahan pertimbangan pelanggan, baik itu varian menu dan kualitas pelayanan, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) pelanggan terhadap varian menu dan kualitas pelayanan yang ada dirumah makan, oleh karena itu berhasil tidaknya rumah makan dalam berkomunikasi dengan para pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang terbaik.

Untuk mempertahankan agar pangsa pasar rumah makan Pak Qomar terus meningkat, pihak pengelola rumah makan Pak Qomar harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus mulai berfikir seperti pelanggan, agar dapat mengetahui apa kebutuhan pelanggan, sehingga pelanggan akan terpuaskan oleh produknya. Memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari.

Pemilik mengatakan saat ini kondisi Rumah Makan Pak Qomar mengalami penurunan pengunjung yaitu mulai tahun 2021 terakhir disebabkan adanya rumah

makan baru yang serupa di sekitar lokasi. Adapun data kunjungan di Rumah Makan Pak Qomar dapat dilihat pada tabel berikut ini:



Sumber: Kasir Rumah Makan Pak Qomar, 2021-2022

**Gambar 1**  
**Data Pengunjung Rumah Makan Pak Qomar Tahun 2021-2022**

Berdasarkan data pada Gambar 1 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung periode bulan Juni 2021 -Mei 2022 mengalami penurunan. Hal ini harus di perhatikan oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan pelanggan seperti misalnya keramahan pelayanan atau kebersihan rumah makan. Menyadari peran penting pelanggan dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap keuntungan, perusahaan berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan pelanggan. Hal ini juga didasari oleh rumah makan Pak Qomar yang memberikan jasa makanan yang dituntut secara terus menerus untuk kian meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian yang bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh varian menu dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada rumah makan Pak Qomar Sidayu Gresik.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Varian Menu

Menurut Ariyan (2011), menu adalah susunan beberapa jenis makanan yang berbeda pada waktu tertentu. Menu bisa terdiri dari satu kali makan lengkap atau sebagian, bisa juga berupa makan atau sarapan, makan siang atau makan malam saja, atau makan sepanjang hari dengan atau tanpa snack. Oleh karena itu, dengan menu makanan dan minuman yang serbaguna, kami berharap dapat memenuhi keinginan konsumen yang masing-masing memiliki selera dan bentuk atau kebiasaan rasa yang berbeda-beda.

Secara umum menurut John dan Maria (2011), indikator keragaman makanan adalah (1) Jenis pilihan makanan dan minuman, (2) Rasa makanan dan minuman, (3) Besaran porsi makanan dan minuman.

### Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau pelayanan pelanggan dapat dibagi menjadi dua kriteria, yaitu kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Menurut Malau (2017), kualitas pelayanan yang diberikan masyarakat dapat diklasifikasikan berdasarkan tiga keterampilan kerja, yaitu 1) pekerja terampil, pekerja tidak terampil seperti tukang kebun, satpam, dan petugas kebersihan; 2) Spesialis adalah departemen yang

memerlukan keahlian khusus, pelatihan atau pendidikan jangka pendek, misalnya tukang ledeng, hanya yang bekerja di bidang teknik peralatan dan catering. 3) Tenaga ahli, jadi berpendidikan tinggi/profesional, adalah jasa tenaga ahli yang benar-benar ahli di bidangnya, misalnya konsultan manajemen, akuntan, dan pengacara.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas adalah serangkaian fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang mendukung kemampuannya untuk memuaskan secara langsung atau tidak langsung. Menurut Malau (2017), konsumen belajar tentang kualitas layanan dengan membandingkan harapan dengan kenyataan. Kinerja layanan yang ingin diberikan oleh penyedia layanan sangat diharapkan. Kepuasan dan ketidakpuasan bergantung pada harapan dan kenyataan. Ketidakpuasan terjadi ketika kinerja aktual lebih rendah dari yang diharapkan (Ikram et al. 2019).

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan suatu proses penelusuran latar belakang suatu masalah mulai dari identifikasi masalah hingga kesimpulan dan rekomendasi (Fahmi, 2017). Keputusan adalah suatu pilihan tindakan antara dua atau lebih alternatif pilihan dimana seorang konsumen yang ingin menentukan pilihan harus mempunyai alternatif pilihan (Sumarwan, 2015). Keputusan pembelian merupakan bagian dari elemen internal konsumen individu yang disebut perilaku, yang mengacu pada tindakan fisik aktual yang dapat dilihat dan diukur oleh orang lain (Nitisusastro, 2012).

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah pemikiran di mana orang mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan suatu produk di antara banyak pilihan. Penjual memahami konsumen dengan baik ketika mereka menjual produknya langsung ke konsumen. Namun, seiring pertumbuhan perusahaan dan perluasan pasar, pengambil keputusan pemasaran kehilangan kontak dengan konsumen. Memahami perilaku mereka memerlukan riset konsumen. Oleh karena itu, konsumen harus mengambil keputusan yang diikuti dengan tindakan (Ena et al. 2019).

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif yaitu menjelaskan hubungan antar variabel dengan cara menganalisis data numerik (angka) melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan metode statistik. Metode penelitian kuantitatif disebut juga metode tradisional, positif, ilmiah, dan penemuan. Metode ini disebut juga metode penemuan karena ilmu pengetahuan dan teknologi baru dapat ditemukan dan dikembangkan dengan menggunakan metode ini (Sugiyono, 2017). Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah probabilitas sampling. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap elemen (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiono, 2017). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, sedangkan analisa data menggunakan regresi linear berganda

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Didalam penelitian ini, model persamaan regresi linier berganda akan dapat digunakan menjelaskan bagaimana pengaruh dari variabel varian menu dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Pak Qomar Sidayu.

**Tabel 1**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1.012	1.544	
	Varian menu	.585	.124	.405
	Kualitas Pelayanan	.489	.102	.413

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2022

Selanjutnya dari hasil angka yang ditabulasikan diatas dibuat model penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 1,012 + 0,585X_1 + 0,489X_2 + e$$

Model diatas dapat dijelaskan dan dijabarkan pengaruh dari masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

- Konstanta (a) sebesar 1.012

Standar model penelitian ini adalah 1,012. Nilai tersebut menjelaskan bahwa ketika pilihan menu dan kualitas pelayanan bernilai 0 (nol), maka prediksi awal keputusan pembelian responden bernilai kurang lebih 1,012.

- Koefisien regresi varian menu sebesar 0,585

Nilai koefisien regresi variabel varian menu bernilai positif, yaitu 0,585. Artinya setiap variabel lokal meningkat sebesar 1 maka keputusan pembelian juga meningkat sebesar 0,585 dengan asumsi nilai variabel independen lainnya tidak berubah. Berdasarkan nilai koefisiennya diketahui pengaruh variabel pemilihan menu terhadap keputusan pembelian adalah positif atau searah.

- Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,489

Nilai koefisien regresi variabel varian menu bernilai positif, yaitu 0,489. Artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan maka keputusan pembelian juga mengalami peningkatan sebesar 0,489 dengan asumsi nilai variabel independen lainnya konstan. Berdasarkan nilai koefisiennya diketahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah positif atau searah.

### **Analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)**

Analisis korelasi (R) digunakan untuk mengetahui korelasi (hubungan) antara suatu variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas. Nilai R berada di antara 0 sampai 1. Jika nilainya mendekati 1 berarti hubungan semakin erat, sebaliknya jika nilainya mendekati 0 maka hubungannya melemah. Analisis koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) banyak digunakan untuk mengetahui pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> yang besar berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen tinggi. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

**Tabel 2**  
**Analisis korelasi berganda dan koefisien determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 <sup>a</sup>	.531	.522	3.658

a. Predictors: (Constant), Total\_x2, Total\_x1  
Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh angka R sebesar (0,729). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang baik antara seluruh variabel independen yaitu pilihan menu dan kualitas pelayanan dengan variabel dependen keputusan pembelian. Sedangkan nilai R<sup>2</sup> (*R Square*) sebesar 0,531 diubah dalam bentuk persen menjadi (53,1%) artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen (varian menu dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sumbangan pengaruh sebesar 46,9% di pengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### Uji hipotesis secara parsial (Uji T)

Uji T atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen.

Kriteria yang dipakai dalam uji t hitung adalah sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi > 0,05 maka secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.
- Jika nilai signifikansi < 0,05 maka secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

**Tabel 3**  
**Hasil Analisis Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.012	1.544		.655	.514
	Varian Menu	.585	.124	.405	4.727	.000
	Kualitas Pelayanan	.489	.102	.413	4.816	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber: Data diolah, 2022

Diketahui sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Df &= N - K \\ &= 100 - 3 \\ &= 97 \end{aligned}$$

Dengan df = 97, maka diperoleh t tabel adalah 1,660

Hasil pengujian dengan uji t didapatkan nilai t hitung varian menu 4.727 > dari t tabel 1,660 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dengan demikian dugaan penelitian yang menyatakan bahwa varian menu berpengaruh secara parsial terhadap keputusan

pembelian diterima. Variabel varian menu berdasarkan dari hasil penelitian terbukti mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dalam berbelanja di Rumah Makan Pak Qomar.

Hasil pengujian dengan uji t didapatkan nilai t hitung kualitas pelayanan 4.816 > dari tabel 1,166 dengan nilai t signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan demikian dugaan penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di terima. Variabel kualitas pelayanan berdasarkan dari hasil penelitian terbukti mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Pak Qomar Sidayu.

### Uji hipotesis secara simultan (Uji F)

Kriteria pengujian :

- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  H1 diterima dan H0 di tolak. Dengan demikian bahwa varian menu dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka H0 diterima dan H1 di tolak. Dengan demikian bahwa varian menu dan kualitas pelayanan secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 4**  
**Hasil uji pengaruh simultan dengan uji f**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1472.703	2	736.352	55.016	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1298.287	97	13.384		
	Total	2770.990	99			

a. Dependent Variable: Total\_y

b. Predictors: (Constant), Total\_x2, Total\_x1

Berdasarkan uji F Tabel 4 diperoleh nilai f hitung sebesar 55,016 dan sig. 0.000 Nilai sig tersebut lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 5% (0,05) dapat disimpulkan variabel pilihan menu dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama) mempengaruhi keputusan pembelian restoran Pak Qomar Sidayu.

### SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan variabilitas menu berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Peneliti menyimpulkan bahwa pemilihan menu dapat meningkatkan keputusan pembelian di Rumah Makan Pak Qomar Sidayu. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Variabel pemilihan menu dan kualitas pelayanan secara simultan (bersama-sama). berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## DAFTAR RUJUKAN

- Ariyan. (2011). Menyusun Menu Yang Bergizi dan Sehat. (<http://ariyankreatifidetas.blogspot.co.id/2011/01/menyusun-menu-yang-bergizi-dan-sehat.html>./diposting pada Kamis, 5 Juli 2022 dan diakses pada tanggal 30 Januari 2018).
- Bastiar, Z. (2010) . Service Excellent dalam Rangka Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajerial*, Vol. 8, No. 16, Hal 54
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, lokasi dan word of mouth terhadap keputusan pembelian di Chezz Cafenet. *Journal Of Management Small and Medium Enterprises (SME's)*, 10(3), 299-310.
- Ikram, A. A., Nyoko, A. E., & Fanggidae, R. P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Menginap (Studi pada Resepsionis Hotel On The Rock Kupang). *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 9(2), 167-174.
- Joohn H.I & Maria J.T. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Makan Ketty Resto.STIE Musi. Palembang, (<https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/viewFile/716/697>./diakses pada tanggal 8 Juli 2022).
- Fahmi, I. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia. Bandung : Alfabeta
- Kotler, P. dan G, Armstrong. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran 2. EdisiKedua belas. Erlangga. Jakarta.
- Malau, H. ( 2017). Manajemen Pemasaran. Cetakan Kesatu. Alfabeta. Bandung.
- Nitisusastro, M. (2012). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan, Bandung : Alfabeta.
- Marie & Budi. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan The Breeze, Bumi Serpong Damai. *Jurnal Ilmiah Pariwisata, Volume 25 No. 2*
- Sumarwan, U. (2015). Perilaku Konsumen Teori Penerapannya Dalam Pemasaran Edisi Kedua. Cetakan Ketiga. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV