

CITA RASA MAKANAN DAN KERAGAMAN MENU SERTA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Studi Kasus pada Restaurant Solaria, Manado Town Square)

Fandy Latuni¹, Seska Ganpu², Sesilia Raming³

¹Akuntansi, Ekonomi, Universitas Nusantara Manado

²Manajemen, Ekonomi, Universitas Nusantara Manado

³Manajemen, Ekonomi, Universitas Nusantara Manado

¹fandy@nusantara.ac.id, ²seska@nusantara.ac.id, ³sesilia@nusantara.ac.id

Abstrak

Indonesia memiliki penduduk sebanyak 278,8 juta jiwa naik 1,1% Menurut <https://dataindonesia.id> dari 278,8 juta jiwa dan 69,13 % diantara umur 15 sampai dengan 64 tahun, dan 23,89 % penduduk yang berusia 0 – 14 tahun . sementara penduduk yang berusia 65 tahun keatas berjumlah 6,98 %. Dengan jumlah penduduk 278,8 juta jiwa pasti akan menarik para investor untuk melakukan investasi di Indonesia, baik investor asing maupun investor local. Tahun 2023 kuartal I PMA sebesar 20 % meningkat di banding PMA tahun 2022 yang hanya Rp 142,2 Trilyun. Untuk Penanaman Modal dalam negeri berjumlah 151,9 Trilyun dan tumbuh 12,4 dari periode yang sama tahun 2022. Dan secara keseluruhan jumlah investasi ditahun 2022 kuartal 1 berjumlah Rp 328,9 trilyun atau meningkat sebesar 16,5 %. Peningkatan Investasi juga berdampak pada bisnis makanan dan minuman. Berdasarkan pertimbangan diatas maka penulis membuat penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah cita rasa dan keragaman menu berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan menggunakan metode penelitian regresi sederhana dan regresi berganda didapat dengan hasil penelitian dimana Variabel Cita rasa makanan dan Keragaman Menu secara bersama – sama berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

Kata kunci: cita rasa, keragaman menu, minat beli, konsumen

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang besar , dengan memiliki lebih dari 17 000 pulau, dan dari 17.000 pulau yang berpenduduk berjumlah 7000 pulau saja sisanya sekitar 10,000 pulau tidak berpenghuni. Dan dari segi geografis kepulauan Indonesia yang terletak 5° 54' 08" bujur utara hingga 11° 08' 20" bujur Selatan dan 95°00'38" sampai 141°01'12" bujur timur. Secara geografis, Indonesia merupakan negara kepulauan yang terletak di antara dua samudra, yaitu Samudra Pasifik dan Samudra Hindia, serta menghubungkan Benua Asia dengan Benua Australia. Sekitar dua pertiga wilayah Indonesia terdiri dari lautan, menjadikannya negara dengan salah satu kawasan laut terluas di dunia.

Berdasarkan UNCLOS 1982, Indonesia memiliki sekitar 17.000 pulau dan garis pantai sepanjang lebih dari 99.000 km, menjadikannya negara dengan garis pantai terpanjang kedua di dunia setelah Kanada. Jumlah penduduk Indonesia mencapai 278,8 juta jiwa, mengalami kenaikan sebesar 1,1% dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebanyak 275,7 juta jiwa. Berdasarkan data dari dataindonesia.id, sekitar 69,13% dari total penduduk tersebut berada dalam rentang usia 15 hingga 64 tahun, sementara 23,89% berusia antara 0 hingga 14 tahun. Penduduk yang berusia 65 tahun ke atas mencapai 6,98%.

Dengan melihat pertumbuhan jumlah investasi di Indonesia menunjukan banyaknya minat investor untuk menginvestasikan dananya di indonesia baik investor asing maupun dalam negeri. Berdasarkan data yang dikutip <https://entrepreneur.bisnis.com/> lepas dari pandemi Covid 19 perkembangan potensi bisnis makanan dan minuman atau Food and Beverage (F & B) menjadi bisnis yang menarik dan memberikan kontribusi besar dalam hal persentase dalam total sektor ekonomi kreatif, dimana 41 % yang artinya sektor kuliner memberikan kontribusi besar terhadap terciptanya lapangan pekerjaan baru.

Menurut informasi dari <https://www.machinevision.global/post/kinerja-industri-makanan-di-indonesia-tahun-2023>, perekonomian Indonesia dari menunjukkan pertumbuhan yang didorong oleh peningkatan konsumsi domestik, terutama di sektor industri makanan yang mengalami perkembangan pesat. Bahkan, target pertumbuhan industri makanan pada tahun 2023 tetap optimistis, dengan proyeksi mencapai 5-7%. Salah satu faktor utama yang mendukung pertumbuhan ini adalah ekspor produk makanan dan minuman yang berhasil mencatatkan nilai sebesar USD 48,6 miliar. Selain itu, upaya untuk memperluas pasar di negara-negara berkembang seperti kawasan Timur Tengah dan Afrika Utara (MENA) juga berperan penting dalam mendorong pertumbuhan tersebut. Industri makanan dan minuman Indonesia juga berhasil mengeksport produk ke negara-negara yang

menghadapi kendala pasokan, seperti Malaysia, Singapura, dan Jepang.

Dalam industri makanan dan minuman yang kompetitif, citarasa menjadi faktor penentu keberhasilan usaha karena mempengaruhi permintaan konsumen. Persaingan antar pengusaha lokal dan internasional menjadikan citarasa sebagai kunci diferensiasi produk. Teori ekonomi klasik menunjukkan bahwa citarasa dan harga mempengaruhi permintaan konsumen.

Keragaman menu dan inovasi produk merupakan faktor kunci keberlangsungan usaha makanan. Pengembangan menu baru dapat meningkatkan minat konsumen dan mencegah kejenuhan. Meskipun tidak semua menu baru berhasil, eksperimen tersebut penting untuk menjaga minat konsumen.

Dalam konteks bisnis, minat beli konsumen merupakan aset strategis perusahaan, karena berdampak langsung pada penjualan dan pendapatan. Solaria, jaringan restoran dengan konsep rasa Asia dan 200 gerai di Indonesia, merupakan contoh sukses pengelolaan cita rasa dan keragaman menu. Strategi ini memungkinkan Solaria mempertahankan popularitas dan meningkatkan jumlah gerai. Solaria merupakan Jaringan restoran Asia berbasis di Jakarta, dan berhasil membangun kepercayaan konsumen melalui komitmen terhadap cita rasa dan keragaman menu.

Restoran Solaria di Manado, dengan 5 gerai terdiri di Restoran Manado Town Square Manado, di Manado Trade Center (MTC) 1 buah dan di Mega Mall lantai 2 gerai, dilantai 1 dan lantai 4. Serta Restoran Solaria yang ada di TransMart Kairagi 1 gerai. Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis mengangkat judul penelitian adalah CITA RASA MAKANAN DAN KERAGAMAN MENU DAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (studi kasus pada Restoran Solaria, Manado Town Square).gerai strategis, menawarkan pengalaman kuliner Asia yang autentik dan memuaskan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Ingin mengetahui apakah Variabel Cita Rasa Makanan mempunyai pengaruh terhadap Minat belanja dan Ingin mengetahui apakah Variabel Keanekaragaman Menu Makanan mempunyai pengaruh terhadap Minat belanja. Serta Ingin mengetahui apakah Variabel Cita Rasa Makanan dan Keanekaragaman mempunyai pengaruh terhadap Minat belanja secara simultan atau Bersama sama.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi desain kausal untuk menginvestigasi hubungan kausalitas antara variabel independen (cita rasa makanan dan keragaman menu) dan variabel dependen (minat beli konsumen). Penelitian ini bertujuan menguji hipotesis tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam konteks perilaku konsumen.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini terdiri dari keseluruhan konsumen Restoran Solaria di Manado Town Square, yang memiliki karakteristik spesifik yang ditentukan sebagai objek penelitian. Berdasarkan Sugiyono (2014), populasi penelitian ini merupakan keseluruhan konsumen Solaria Manado Town Square yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian.

Sampel adalah sebagian dari kuantitas dan karakteristik yang mewakili populasi, atau bagian terkecil dari populasi yang dapat mencerminkan keseluruhan populasi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh peneliti berdasarkan prosedur yang ada. Jika populasi memiliki jumlah anggota yang besar, tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari dan mengamati seluruh anggota dalam populasi tersebut. Peneliti memiliki keterbatasan dalam hal biaya, waktu, dan tenaga untuk mempelajari populasi yang besar. Oleh karena itu, untuk mempermudah, peneliti dapat menggunakan sampel yang mewakili populasi yang telah ditentukan. Peneliti harus memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar dapat mewakili populasi tersebut.

Dalam penelitian ini, populasi yang dimaksud adalah seluruh konsumen dari Restoran Solaria di Manado Town Square. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling, yaitu teknik yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih menjadi bagian dari sampel. Teknik yang dipilih adalah accidental sampling, yang berarti sampel ditentukan secara kebetulan, berdasarkan siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok sebagai sumber data.

Rumus untuk mengetahui ukuran sampel dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya menggunakan rumus Cochran adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampe; yang diperlukan

Z : Harga dalam kurve normal untuk simpanan 5% dengan nilai 1,96

p : Peluang benar 50% = 0,5

q : Peluang salah 50% = 0,5

e : Tingkat kesalahan sampel (sampling error), dalam penelitian ini menggunakan 10% sehingga jumlah sampel yang dihasilkan adalah:

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = 96,4$$

Berdasarkan perhitungan di atas, jumlah sampel yang diambil adalah 96 responden. Namun, ukuran sampel minimum yang ditetapkan untuk penelitian ini adalah 100 sampel. Penentuan jumlah sampel juga dipertimbangkan dengan memperhatikan keterbatasan sumber daya, seperti waktu dan biaya yang terbatas. Dengan mempertimbangkan faktor tersebut, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini akhirnya ditetapkan sebanyak 100 responden.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Teknik observasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengamati langsung di lapangan. Proses ini melibatkan pengamatan yang mencakup melihat, merekam, menghitung, mengukur, dan mencatat kejadian-kejadian yang terjadi. Dalam penelitian ini, penulis juga terlibat sebagai bagian dari responden.

b. Wawancara

Teknik wawancara adalah metode untuk mengumpulkan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung atau lisan kepada objek penelitian, yaitu seluruh konsumen dari Restoran Solaria, Manado Town Square.

c. Kuesioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan lembaran yang berisi pertanyaan pertanyaan kepada konsumen di Restoran Solaria, Manado Town Square.

2.3. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya merujuk pada segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga dapat diperoleh informasi dan ditarik kesimpulan mengenai hal tersebut. Dalam penelitian ini, terdapat berbagai variabel yang

digunakan untuk analisis data, yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Cita rasa makanan dan Keragaman menu. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Minat beli konsumen. Variabel penelitian pada dasarnya merujuk pada segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga dapat diperoleh informasi dan ditarik kesimpulan mengenai hal tersebut. Dalam penelitian ini, terdapat berbagai variabel yang digunakan untuk analisis data, yang terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Cita rasa makanan dan Keragaman menu. Sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Minat beli konsumen.

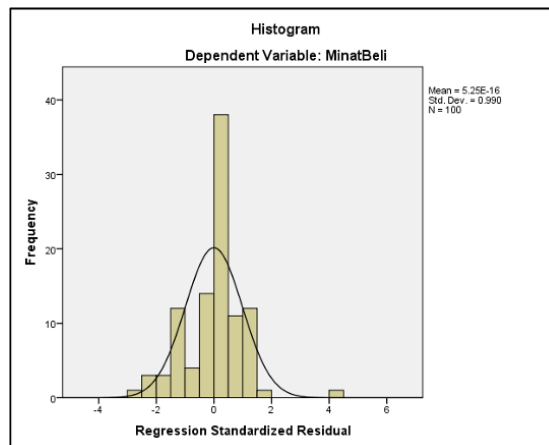
2.4. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi Operasio nal	Indikator	Skala
Cita rasa makanan (X1)	Suatu penilaian konsumen terhadap produk makanan ataupun minuman, yang merupakan hasil dari kerja sama indera manusia lebih tepatnya indera perasa dan dapat dibedakan dari bentuk/pe nampakan , bau, rasa, tekstur, dan suhu	1) Bau merupakan salah satu indikator dari cita rasa makanan maupun minuman yang disebabkan oleh timbulnya sebuah aroma yang menciri khaskan sebuah makanan ataupun minuman tersebut. 2) Rasa dapat diketahui bisa dikenali dengan terdapat kuncup cecepan yang letaknya di papilla, di bagian noda darah jingga tepatnya pada lidah manusia. 3) Rangsang an mulut merupakan suatu perasaan yang akan timbul Ketika menelan sesuatu baik itu makanan ataupun minuman yang sifatnya dapat merangsang syaraf syaraf dari indera perasa yang tempatnya ada di bawah kulit wajah, gigi dan juga lidah manusia.	Ordinal
Keragama	Kumpulan	a) Jenis pilihan menu	Ordinal

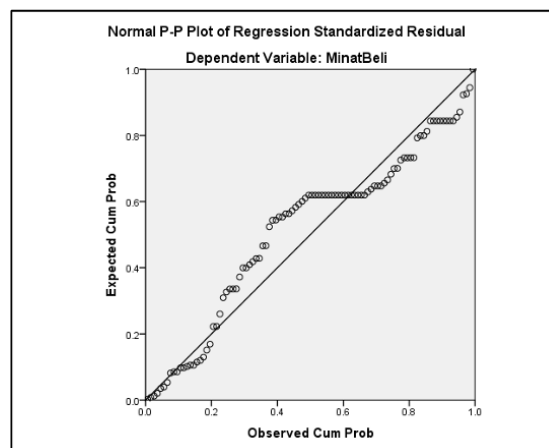
n Menu	semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu	makanan dan minuman b) Rasa makanan dan minuman c) Ukuran porsi makanan dan minuman.	
Minat Beli (Y)	Minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat.	1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat digantikan jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatnya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.	Ordinal

prediksi akan menghasilkan kesalahan (Residu) yakni selisi antara data actual dengan data hasil peramalan. Untuk itu akan digunakan fasilitas Histogram dan Norma Probability Plot.

Gambar 3.1



Gambar 3.2



Dari Gambar 3.1 dan 3.2 diatas kelihatan bahwa pada histogram di atas data distribusi nilai residu menunjukan distribusi normal dikarenakan gambar berbentuk bel jug untuk hambar 3.2 normal probability Plot terlihat sebaran error masih berada di sekitar garis lurus, dari hal hal ini menunjukan model regresi memenuhi asumsi normalitas atau residu dari model dapat dianggap berdistribusi secara normal.

3.1. Uji Asumsi Multikolineritas

Untuk melihat apakah variabel Independent atau variabel bebas dalam hal ini memiliki hubungan Multikolineritas yang dalam hal ini hubungan antara variabel Cita Rasa Makanan dan keragaman menu untuk itu dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini.

2.5. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis

1. Uji Asumsu klasik
2. Analisa regresi sederhana dan regresi berganda
3. Analisa korelasi
4. Analisa determinasi
5. Uji hipotesis

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkaian hasil penelitian berdasarkan Uji Normalitas dalam penggunaan model regresi untuk

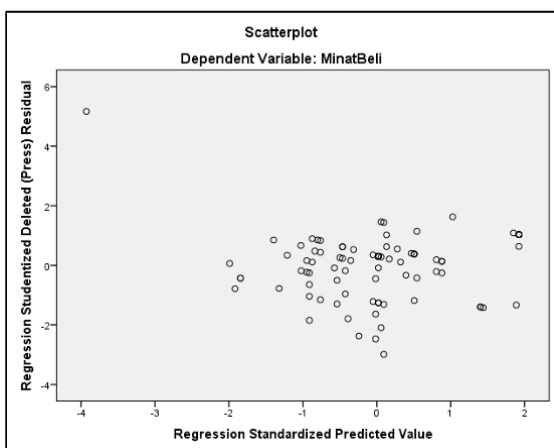
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.475	2.007		3.226	.002		
	Citarasa	.062	.114	.079	.542	.589	.335	2.981
	Keragaman Menu	.688	.209	.483	3.294	.001	.335	2.981

a. Dependent Variable: MinatBeli

Untuk melihat apakah terjadi hubungan bebas dari multikoleneritas jika mempunyai nilai VIF di sekitar 1 dan mempunyai angka Tolerance mendekati 1, dan berdasarkan data pada tabel 4.1 diatas dimana nilai VIF 2,981 dan angka tolerance 0,335 ini menunjukkan bahwa telah terjadi hubungan Multikolineritas antara variabel independent dikarenakan nilai VIF lebih atau jauh dari nilai 2,981 jauh dari angka 1 dan Nilai Tolerance tidak mendekati dari angka 1, sehingga dalam penelitian menunjukkan hubungan antar variable bebas. Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan terjadinya hubungan multikoleneritas antara variabel Cita Rasa Makanan dan Keragaman menu.

Persamaan Regresi

Uji Heteroskedasitas dapat dilihat pada gambar di bawah ini yang berhubungan dengan scatterplot:



Gambar di atas menunjukkan tidak menunjukkan pola tertentu, misal pola menaik ke kanan atau keatas atau menurun ke kiri atas atau pola tertentu lainnya, dan hal ini menunjukkan bahwa model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Persamaan Regresi

Untuk melihat besar kontribusi variabel bebas yang dalam hak ini cita rasa dan keragaman menu terhadap Minat beli konsumen dapat dilihat pada tabel 4.1 Berdasarkan tabel 4.1 dimana persamaan regresi dalam penelitian adalah $Y = 6,475 + 0,62X_1 + 0,688X_2$ dimana dari persamaan diatas menunjukkan bahwa:

$Y = \text{Minat Belanja Konsumen}$

$X_1 = \text{Cita Rasa}$

$X_2 = \text{Keragaman Menu}$

Berdasarkan persamaan Regresi $Y = 6,475 + 0,62X_1 + 0,688X_2$ dimana nilai 6,475 adalah nilai konstanta sedangkan nilai 0,62 menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 satuan dari cita rasa akan meningkatkan 0,62 Minat Beli konsumen dan penambahan 1 satuan dari keragaman menu akan meningkatkan 0,688 minat beli konsumen.

3.2. Analisis Korelasi

Berdasarkan tujuan dalam penelitian ini ingin mengetahui hubungan antara variabel Cita Rasa dan Keragaman menu dilihat secara parsial dengan Minat beli konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

		Correlations		
		Minat Beli	Cita rasa	Keragaman Menu
Pearson Correlation	Minat Beli	1.000	.473	.547
	Cita rasa	.473	1.000	.815
	Keragaman Menu	.547	.815	1.000
	Sig. (1-tailed)			
	Minat Beli		.000	.000
	Cita rasa	.000		.000
	Keragaman Menu	.000	.000	
N	Minat Beli	100	100	100
	Cita rasa	100	100	100
	Keragaman Menu	100	100	100

Berdasarkan tabel diatas dimana nilai korelasi secara parsial antara Variabel Cita Rasa makanan dengan Minat Beli konsumen sebesar 0,547 dan nilai ini jika berpatokan pada tabel 3.1 mengenai tabel interpretasi nilai korelasi maka angka 0,547 masuk dalam kategory cukup berarti sedangkan untuk hubungan Variabel keragaman menu dengan minat beli konsumen sebesar 0,815 dan nilai ini masuk dalam kategory hubungan yang sangat kuat sesuai dengan tabel interpretasi nilai korelasi pada tabel 3.1 pada bab 3 dalam penulisan ini.

Untuk nilai korelasi simultan antara besar hubungan variabel Cita Rasa Makanan dan Keragaman menu dengan minat beli konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.549 ^a	.302	.287	2.57473

a. Predictors: (Constant), KeragamanMenu, Citarasa

b. Dependent Variable: MinatBeli

Berdasarkan nilai pada tabel di atas menunjukkan hubungan secara simultan antar variabel Cita Rasa Makanan dan Keragaman menu secara Bersama sama memiliki hubungan dengan variabel Minat Beli Konsumen sebesar 0,549 dan memiliki hubungan sedang atau cukup kuat.

Nilai Determinasi

Untuk melihat besar pengaruh variabel Cita Rasa Makanan dan keragaman menu dapat dilihat pada tabel di atas dimana nilai R Square sebesar 0,302 yang jika berpatokan pada nilai pada tabel 3.2 pada bab 3 mengenai tabel interpretasi nilai determinasi maka nilai 0,302 atau 30,2 % masuk

dalam kategori pengaruh yang sedang dan ini dapat dikatakan pengaruh variabel Cita Rasa Makanan dan Keragaman Menu secara Bersama sama memiliki berpengaruh yang sedang terhadap Minat Beli Konsumen.

3.3. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hipotesis dalam penelitian ini adalah:
Hipotesis 1

HO : Variabel Cita rasa makanan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen

Ha : Variabel Cita rasa makanan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen

Hipotesa 2

HO : Variabel Keragaman Menu tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen

Ha : Variabel Keragaman Menu berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen

Untuk menguji Hipotesa 1 dan 2 digunakan uji z. Dikarenakan jumlah sampel lebih dari 30 maka untuk menguji hipotesis digunakan Uji z untuk menguji signifikansi antara variabel X dan Y, apakah variabel Cita rasa makanan X1 Variabel Keragaman Menu X2 berpengaruh terhadap variabel Minat Beli Konsumen (Y) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005). Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005) adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- Apabila angka probabilitas signifikansi > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- Apabila angka probabilitas signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan nilai Uji Z pada tabel 3.1 dimana nilai signifikansi dari variabel cita rasa Makanan sebesar 0,589 dan nilai ini jauh dari nilai alpha sebesar 0,05 sehingga dalam hipotesis 1, menerima hipotesis observasi yaitu Cita rasa Makanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat beli Konsumen dan menolak hipotesis alternatif yang berbunyi adanya pengaruh Variabel Cita Rasa Makanan terhadap Minat beli Konsumen.

Selanjutnya untuk Hipotesis 2 dimana nilai signifikansi dari Variabel keragaman menu pada tabel 3.1 menunjukkan nilai sebesar 0,01, dasar penerimaan hipotesis dimana nilai signifikansi lebih kecil dari alpha sebesar 0,05 maka dalam hipotesis 0 yang berbunyi tidak ada hubungan antara variabel Keragaman menu dengan Minat Beli Makanan dan menerima Hipotesis Alternatif yang berbunyi Adanya Pengaruh Variabel Keragaman menu terhadap Minat Beli Konsumen.

Selanjutnya untuk hipotesis 3, berbunyi:

H0 : Variabel Cita rasa makanan dan Keragaman Menu secara bersama –sama tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen

Ha : Variabel Cita rasa makanan dan Keragaman Menu secara bersama –sama berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen

Nilai signifikansi dalam uji F seperti pada tabel dibawah ini:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	277.726	2	138.863	20.947	.000 ^b
	Residual	643.034	97	6.629		
	Total	920.760	99			

a. Dependent Variable: MinatBeli

b. Predictors: (Constant), KeragamanMenu, Citarasa

Berdasarkan tabel di atas nilai signifikansi pada tabel Anova sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05, dan berdasarkan kriteria pengujian hipotesis berarti menerima hipotesis alternatif yang berbunyi Variabel Cita rasa makanan dan Keragaman Menu secara bersama –sama berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen dan menolak hipotesis Observasi (HO) yang berbunyi Variabel Cita rasa makanan dan Keragaman Menu secara bersama sama tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dalam penelitian ini maka dapat diambil Kesimpulan dan saran sebagai berikut:

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis dapat mengambil Kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel Cita Rasa dan Keragaman menu memiliki Kontribusi terhadap perubahan Variabel Minat Beli Konsumen dengan persamaan Regresi $Y = 6,475 + 0,62X1 + 0,688X2$
- Variabel Cita Rasa dan Keragaman menu memiliki hubungan dengan Variabel minat beli konsumen baik secara parsial maupun secara Simultan
- Variabel Cita Rasa Makanan dan Keragaman Menu secara Bersama sama memiliki berpengaruh yang sedang terhadap Minat Beli Konsumen.
- Menerima hipotesis alternatif yang berbunyi Variabel Cita rasa makanan dan Keragaman Menu secara bersama –sama berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

4.2. Saran

Adapun saran yang dapat di berikan kepada pengelola Restoran Solaria adalah:

1. Agar dapat mempertahankan Cita Rasa Makanan yang sudah karena mempengaruhi terhadap Minat Beli Konsumen.
2. Menambah menu baru yang di modifikasi sesuai dengan selera Masyarakat Indonesia khususnya Masyarakat Sulawesi utara sehingga menambah minat beli di Restoran Solaria.
3. Agar bisa membuka Restoran Baru tidak hanya di kota Manado tetapi di kota lain di Propinsi Sulawesi Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Krashen, Stephen D, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title", 46.2 (1982), 55
- Kotler dan Armstrong, Principles of Marketing, 12th. Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabran, 258. 54
- Mursida Kusuma Wardani dan Anna Wulandari. "Pengaruh Cita Rasa dan Keragaman Menu Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Nasi Uduk Betawi Mpok Tiyah", Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 14 No. 01 (Juni 2017): 23,
- Sentot ImamWahjono, Manajemen Pemasaran Bank (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), 15.
- Mursida Kusuma Wardani dan Anna Wulandari. "Pengaruh Cita Rasa dan Keragaman Menu Dalam Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Nasi Uduk Betawi Mpok Tiyah", Jurnal Manajemen & Kewirausahaan Vol. 14 No. 01 (Juni 2017): 23,
- Sentot ImamWahjono, Manajemen Pemasaran Bank (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010).
- Sigit Ratnanto dan Hery Purnomo. "Substansial Kepuasan Konsumen Rumah Lamongan"Nganjuk", Makan Seminar "Soto Dok Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri. 19 September 2020
- Sri Mutiara, Rahmad Soling Hamid dan Ahmad Suardi. "Pengaruh Kualitas Layanan,Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen", Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol 4 No 1 (Januari 2021): 425
- Sugeng Nugroho Hadi, "Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur", Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 15, (Desember 2016): 133
- Sugiyono, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D, 2020
- <https://stiealwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/300>.
- <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/attauzi/article/download/17/14.51>