

# **PENGARUH VARIASI MENU TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA KIRAKIRA CAFE DI KABUPATEN BENGKALIS**

Nama : Erika M. Panjaitan  
NIM : 5103201453  
Pembimbing : Tri Handayani, S.E., M. Si

## **Abstrak**

Bisnis cafe pada saat ini memiliki pertumbuhan yang cukup tinggi dalam beberapa tahun belakangan. Peningkatan jumlah cafe yang signifikan tentunya memicu persaingan yang sangat kuat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian kembali di tengah persaingan ketat cafe. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh variasi menu terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Adapun objek dalam penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen KiraKira Cafe dengan sampel sebanyak 100 orang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian asosiatif dengan cara menyebar kuesioner kepada 100 orang responden menggunakan metode pemilihan sampel *nonprobability sampling* dengan *sampling purposive*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KiraKira Cafe artinya variabel variasi menu merupakan salah satu variabel yang dapat digunakan untuk mengukur keputusan pembelian pada KiraKira Cafe. Koefisien determinasi (KD) adalah sebesar 0,654 atau sama dengan 65,4% yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas variasi menu terhadap variabel terikat keputusan pembelian adalah sebesar 65,4%. Jadi dapat dikatakan 65,4% variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian pada usaha KiraKira Cafe adalah variasi menu, sedangkan 34,6% (100%-65,4%) sisanya disebabkan oleh variabel lain selain variasi menu yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Variasi Menu, Keputusan Pembelian, KiraKira Cafe

# ***THE INFLUENCE OF MENU VARIATIONS ON PURCHASING DECISIONS IN THE KIRAKIRA CAFE BUSINESS IN BENGKALIS DISTRICT***

*Name of student* : Erika M. Panjaitan  
*Student ID Number* : 5103201453  
*Supervisor* : Tri Handayani, S.E., M. Si

## ***Abstract***

*The cafe business is currently experiencing quite high growth in recent years. The significant increase in the number of cafes certainly triggers very strong competition. This research aims to analyze the factors that encourage consumers to make repeat purchases amidst intense cafe competition. The problem in this research is how menu variations influence consumer purchasing decisions. The objects in this research are customers or consumers of KiraKira Cafe with a sample of 100 people. The type of research used in this research is associative research by distributing questionnaires to 100 respondents using a non-probability sampling method with purposive sampling. The test results show that menu variations have a positive and significant effect on purchasing decisions at KiraKira Cafe, meaning that the menu variation variable is one of the variables that can be used to measure purchasing decisions at KiraKira Cafe. The coefficient of determination (KD) is 0.654 or equal to 65.4%, which means that the influence of the independent variable menu variations on the dependent variable of purchasing decisions is 65.4%. So it can be said that 65.4% of the variables that influence purchasing decisions in the KiraKira Cafe business are menu variations, while the remaining 34.6% (100%-65.4%) are caused by variables other than menu variations which are not discussed in this research.*

***Keywords:*** *Menu Variations, Purchasing Decisions, KiraKira Cafe*