

**ANALISIS PENGARUH VARIAN MENU TERHADAP MINAT
BELI ULANG PADA UMKM KEBAB YA KEBAB
(Studi kasus pada Masyarakat di Kecamatan Bengkalis).**

Nama Mahasiwa : Rovita Elmasari Pangaribuan

Nim : 5604221038

Dosen Pembimbing : Rizqa Arimurti, S.E., M.Acc

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh varian menu terhadap minat beli ulang pada UMKM Kebab Ya Kebab di Kecamatan Bengkalis. Persaingan usaha kuliner yang semakin ketat menuntut pelaku UMKM untuk terus berinovasi pada varian menu agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Bengkalis yang pernah melakukan pembelian pada UMKM Kebab Ya Kebab. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling dengan jenis accidental sampling (sampling insidental), dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Lemeshow. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden tersebut dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa varian menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada UMKM Kebab Ya Kebab. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 7,497 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Nilai R Square sebesar 0,364 menunjukkan bahwa varian menu mampu menjelaskan variasi minat beli ulang sebesar 36,4%, sedangkan sisanya sebesar 63,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian seperti harga, kualitas pelayanan, dan lokasi. Kontribusi penelitian ini adalah memberikan bukti empiris mengenai pengaruh varian menu terhadap minat beli ulang serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM Kebab Ya Kebab dalam menyusun strategi pemasaran melalui pengembangan varian menu yang lebih inovatif dan beragam untuk meningkatkan minat beli ulang masyarakat.

Kata Kunci: Varian Menu, Minat Beli Ulang, UMKM Kebab Ya Kebab

***ANALYSIS OF THE EFFECT OF MENU VARIATIONS ON REPURCHASE
INTEREST IN THE KEBAB YA KEBAB UMKM
(A CASE STUDY OF THE BENGKALIS DISTRICT COMMUNITY)***

Name : Rovita elmasari pangaribuan
Student Registration Number : 5604221038
Supervisor : Rizqa Arimurti, S.E., M.Acc

Abstract

This study aims to analyze the influence of menu variants on repurchase intention at UMKM Kebab Ya Kebab in Bengkalis District. The increasingly tight competition in the culinary business requires UMKM actors to continuously innovate in menu variants in order to maintain and increase consumer loyalty. The research method used is quantitative with an associative research type. The population in this study is all people in Bengkalis District who have made purchases at UMKM Kebab Ya Kebab. The sampling technique used was non-probability sampling with an accidental sampling (incidental sampling) method, with a sample size of 100 respondents determined using the Lemeshow formula. The research data were obtained through distributing questionnaires to 100 respondents and analyzed using simple linear regression analysis with the help of SPSS version 26 software. The results showed that menu variants have a positive and significant effect on repurchase intention at UMKM Kebab Ya Kebab. This is evidenced by a t-count value of 7.497, which is greater than the t-table value of 1.984, and a significance value of $0.000 < 0.05$. The R Square value of 0.364 indicates that menu variants can explain 36.4% of the variation in repurchase intention, while the remaining 63.6% is influenced by other factors outside the study such as price, service quality, and location. The contribution of this study is to provide empirical evidence regarding the influence of menu variants on repurchase intention and to serve as a consideration for UMKM Kebab Ya Kebab owners in developing marketing strategies through the development of more innovative and diverse menu variants to increase public repurchase intention.

Keywords: Menu Variety, Repurchase Intention, Kebab Ya Kebab MSM