

Pengaruh Harga Dan Keragaman Menu Pada Keputusan Pembelian Konsumen Di *The Arbanat Kitchen Café Lounge*

Angga Kusuma Adi Mukti¹, Budi Wibowotomo², Laili Hidayati²

¹Pendidikan Tata Boga, Universitas Negeri Malang (Indonesia)

²Departemen Teknologi Industri, Universitas Negeri Malang (Indonesia);

angka176@gmail.com

Abstract

One of the economic sectors that has been seriously affected by the corona virus is the culinary industry. Culinary business owners were forced to temporarily stop their business and some even had to face bankruptcy. The Arbanat Kitchen Café Lounge is one restaurant that is still surviving amid the threat of the coronavirus pandemic. The number of visits before the corona virus hit was 4,601 people, at the time the PSBB was implemented, visits fell by almost 100%. The survival of this restaurant cannot be separated from the variety of menus served and the innovations that continue to be presented, to support this, The Arbanat must adjust to the prices of basic ingredients that continue to soar without reducing the quality of taste. This study aims to determine the effect of menu diversity and price on purchasing decisions at The Arbanat Kitchen Café Lounge. This type of research is quantitative which uses data in the form of numbers which are analyzed statistically with SPSS. A total of 100 respondents were used as research samples. Data were analyzed by validity test, reliability test. Based on the results of descriptive analysis, showing the results of the price variable does not have a significant effect on consumer purchasing decisions while menu diversity has an influence on consumer purchasing decisions at The Arbanat Kitchen Café Lounge. Price variable and the diversity of the menu simultaneously has a significant effect on consumer purchasing decisions at The Arbanat Kitchen Café Lounge.

Keywords: Menu Diversity, Price, Purchase Decision

Abstrak

Salah satu sektor ekonomi yang terkena dampak serius dari virus corona adalah industri kuliner. Pemilik usaha kuliner terpaksa menghentikan sementara usahanya bahkan ada yang harus menghadapi kebangkrutan. Arbanat Kitchen Café Lounge menjadi salah satu restoran yang masih bertahan di tengah ancaman pandemi virus corona. Jumlah kunjungan sebelum virus corona melanda sebanyak 4.601 orang, pada saat PSBB diberlakukan, kunjungan turun hampir 100%. Kelangsungan hidup restoran ini tidak lepas dari ragam menu yang disajikan dan inovasi yang terus dihadirkan, untuk mendukung hal tersebut The Arbanat harus menyesuaikan dengan harga bahan pokok yang terus melambung tinggi tanpa mengurangi kualitas rasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman menu dan harga terhadap keputusan pembelian di The Arbanat Kitchen Café Lounge. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang menggunakan

data berupa angka yang dianalisis secara statistik dengan SPSS. Sebanyak 100 responden digunakan sebagai sampel penelitian. Data dianalisis dengan uji validitas, uji reliabilitas. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan hasil variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sedangkan keragaman menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada The Arbanat Kitchen Café Lounge. Variabel harga dan keragaman menu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada The Arbanat Kitchen Café Lounge.

Kata Kunci : Harga, Keanekaragaman Menu, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Munculnya corona virus berdampak serius pada kesehatan penduduk dunia. Virus Corona menjangkiti hampir seluruh negara, termasuk Indonesia. Covid-19 sebagai suatu pandemi berdampak pada penurunan stabilitas perekonomian baik dalam lingkup nasional maupun internasional. Beragam lini industri ikut terganggu akibat menurunnya *demand*, *supply* bahan baku, *product demand*, kurangnya jumlah *employees* dan keberlangsungan usaha yang tidak jelas. Industri Indonesia mengalami imbas yang besar dari covid-19 dalam hal negatif, kurang lebih 1,4 juta tenaga kerja diberhentikan berdasarkan catatan Kemenaker (Sihaloho, 2020). Selain industri, sektor kuliner juga merupakan sektor yang cukup serius terdampak covid-19. Industri kuliner di Indonesia berjumlah 5,55 juta unit setara 67,66% dari jumlah keseluruhan industri ekonomi kreatif yakni 8,20 juta dengan rata-rata pertumbuhannya sebesar 9,82% dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir (Badan Ekonomi Kreatif, 2018). Akan tetapi, adanya covid-19 menghambat laju pertumbuhan ekonomi Indonesia salah satunya dengan cara

menghambat kurang lebih 60% industri kuliner (Kholisdinuka, 2020).

Salah satunya restoran di Kota Malang yang masih menunjukkan eksistensinya dengan bertahan di tengah pandemi adalah *The Arbanat Kitchen Café Lounge*. Restoran yang di bangun tahun 2017 menyediakan beragam menu, menu yang ditawarkan bervariasi dari masakan Indonesia hingga *western* disajikan oleh restoran ini.. Restoran ini memiliki konsep eksterior design dan interior design yang menarik dengan bangunan berupa container yang disusun hingga 3 lantai agar menarik untuk dikunjungi. Tidak heran apabila harga yang ditetapkan di restoran ini sedikit mahal dibandingkan pesaingnya. Terlampaunya harga suatu produk akan dipersepsikan oleh konsumen sebagai *superior goods* atau *high quality product*. Sementara jika penetapan harga produk terlampaui rendah, akan dipersepsikan konsumen sebagai *inferior goods* atau *low quality product*.

Menurut data pengunjung dari tahun 2019 sampai tahun 2021 mengalami pasang surut. Rata-rata kunjungan sebelum pandemi sebesar 4,601 orang pada bulan februari , pada bulan Maret mulai terjadi penurunan menjadi

2.309 orang, puncaknya saat pemberlakuan PSBB, kunjungan turun hampir 100% pada bulan april sampai dengan mei, berturut-turut kunjungan sebesar 310, 435 dan 567 orang. Setelah selesai diberlakukan PSBB, kunjungan mulai naik pada bulan Juli sebanyak 1.772 orang. Pada Tahun 2021 setelah pandemi melanda selama hampir 2 tahun, kunjungan konsumen di Arbanat terus naik walaupun tidak signifikan saat sebelum adanya wabah Covid19. Bulan Januari sampai bulan mei berturut-turut 2.181, 1.838, 2.084, 2.061, 2.906, 2.101. Pada bulan Juli varian baru virus corona yaitu virus delta+. Pada akhirnya pemerintah Indonesia kembali mengeluarkan kebijakan PPKM level 4, karena ditemukan banyak kasus positif di Kota Malang. Kegiatan masyarakat dibatasi secara ketat, dan restoran hanya diperbolehkan menerima pesanan secara online. Pada bulan Juli konsumen hanya sebesar 244 orang, turun sangat tajam, dan pada bulan agustus hanya 814 orang. Pada bulan September konsumen sudah mulai mengalami kenaikan sebesar 1.702 orang dan bulan oktober sebesar 2.422 orang.

The Arbanat Kitchen Café Lounge tetap bertahan, diduga restoran ini memiliki menu yang beragam dengan harga yang bersaing dengan pasar menengah keatas dan juga tempat yang begitu luas, sehingga konsumen yang datang tetap bisa *social distance* dengan konsumen yang lain. Kotler (2017) menyatakan bahwasanya *marketing mix* merupakan seperangkat *marketing tools* yang berguna dalam pencapaian tujuan pemasaran suatu perusahaan. Menurut McCarthy, *marketing mix* terbagi kedalam 4 kelompok luas atau "4P" yakni *Product*, *Price*, *Place*, dan *Promotion*. *Price variable* ialah satu-

satunya yang mampu memberikan *income* bagi perusahaan ketika variabel lain malah memberikan *expense*, sehingga *Price variable* harus mendapatkan perhatian ekstra sebab keberadaannya berpengaruh terhadap *income* serta merupakan *consumer value*. Selain harga yang juga sangat penting diantara bauran pemasaran adalah masalah produk. Keragaman produk merupakan variabel yang turut andil dalam *consumer's purchase decision*. Enggel dalam Arsyadani (2015) mendefinisikan keragaman produk sebagai kelengkapan produk mencakup kedalaman, luas dan *product quality* serta persediaan produk

Keragaman produk dalam penelitian ini berkaitan dengan keragaman menu yang ditawarkan oleh *The Arbanat Kitchen Café Lounge*. Restoran ini memiliki menu yang beragam mulai dari masakan nusantara, western, bites, sweets, coffe, dan beverages dengan lebih dari 50 varian menu, sehingga konsumen yang datang di *The Arbanat Kitchen Café Lounge* dapat memilih sesuai dengan keinginan mereka. Bagi yang datang hanya sekedar ingin berkumpul ngopi bersama teman juga bisa karena pilihan *beverages*, *coffe* dan *snacknya* sangat beragam. Mengusung konsep industrial modern dengan bangunan 3 lantai, setiap sudut bangunannya memiliki *ambience* yang berbeda-beda, penamaan setiap ruangnya pun berbeda-beda mulai dari Tokyo, Paris, Beijing dan New York. *Marketing* mengajarkan bahwasanya sebuah *product* wajib mempunyai *strength*-nya sendiri sehingga berdaya saing dan membuat konsumen merasa tertarik. Diferensiasi dan variasi produk diharap dapat menjadi jawaban atas ekspektasi konsumen yang berdampak pada terjaganya loyalitas konsumen. Loyalitas

konsumen yang baik akan dapat menaikkan *volume* pembelian secara *continue* (Zuraida, 2019). *The Arbanat Kitchen Café Lounge* menyadari bahwa saat ini persaingan bisnis di bidang kuliner akan semakin ketat di tengah wabah yang masih melanda, maka restoran ini selalu mempertahankan kualitas masakan dan menyajikan variasi menu baru yang beragam agar konsumen senantiasa memberikan loyalitasnya dan merasa puas. Berdasarkan pemaparan diatas maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada *The Arbanat Kitchen Café Lounge* Malang”.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Metode penelitian ini ialah kuantitatif. Data penelitian ini memakai jenis data dalam bentuk angka yang dianalisis secara *statistic* guna mencari tahu pengaruh antara keragaman menu (X_1) dan Harga (X_2) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di *The Arbanat Resto Café Lounge* Malang. Data dihitung memakai aplikasi SPSS yaitu *statistic software* untuk membantu kegiatan analisis data secara statistik (S Zein, dkk. 2018).

Mengambil lokasi di *The Arbanat Resto Café Lounge* Malang yang terletak di terusan dieng, kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur yang dimulai dari Oktober 2021 - April 2022. Selama 3 bulan pada rentang waktu Desember 2021 sampai Februari 2022 terdapat 7.263 orang yang berkunjung ke *The Arbanat Resto Café Lounge* Malang. Penentuan jumlah sampel melalui Formula

Slovin dengan *sampling error* 10%. Penelitian ini memakai analisis *multivariate*. Sugiyono (2017) menjelaskan analisis *multivariate* (korelasi/regresi ganda) memakai sampel minimal 10 x jumlah variabel yang diteliti. Dari jumlah populasi dengan memakai rumus Slovin didapatkan jumlah responden adalah sebanyak 98,6 dibulatkan menjadi 100 jumlah sampel dengan tingkat kesalahan 10%.

Analisis Data Penelitian

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas apabila data yang diperoleh menunjukkan tidak valid atau reliable maka data yang tidak sesuai dapat dilakukan modifikasi dengan membuang butir pertanyaan tersebut. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas kemudian uji hipotesis yakni regresi linier berganda, koefisien korelasi ganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Perhitungan data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS. Selanjutnya diketahui seberapa besar pengaruh harga dan keragaman menu berpengaruh pada keputusan pembelian di *The Arbanat Resto Café Lounge*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggolongan bertujuan memperjelas gambaran responden yang datang berkunjung ke *The Arbanat Kitchen Cafe Lounge*. Pengambilan sampel sebesar 100 responden. *The Arbanat Kitchen Cafe Lounge* lebih dominan perempuan dengan persentase 60%, sedangkan laki-laki sebesar 40%.

Berdasarkan hasil penelitian variabel harga menunjukkan bahwa menunjukkan H_1 ditolak. Maka diartikan bahwasanya *price* tidaklah memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di *The Arbanat Kitchen Café Lounge*. Sedangkan analisis persamaan regresi pada variabel harga menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh dengan nilai Beta 0,194 atau 19,4%. Harga produk di *The Arbanat Kitchen Café Lounge* tidak menunjukan pengaruh yang signifikan, harga produk yang di tawarkan oleh *The Arbanat Kitchen Café Lounge* tampak tidak diperhitungkan oleh tamu yang pernah berkunjung sesuai dengan manfaat yang dirasakan. Pengunjung di *The Arbanat Kitchen Café Lounge* rata-rata adalah usia 17-26 tahun, dimana mereka mengunjungi restoran tersebut tidak hanya ingin menikmati menu makanan, tetapi alasan terbesar adalah menikmati atmosphere dan berswafoto untuk di upload di media sosial, jadi harga tidak begitu diperhitungkan, karena mereka banyak mendapatkan spot foto yang menarik di *The Arbanat Kitchen Café Lounge*, pernyataan tersebut juga sejalan dengan oleh penelitian (Yuwono, 2020) dengan judul pengaruh restaurant atmosphere terhadap perilaku pengunjung di *The Arbanat Kitchen Café Lounge* Malang yang menyatakan bahwa 57,8% alasan konsumen datang ke *The Arbanat* adalah melihat review dan foto-foto interior restoran yang menunjukkan desain instagrammable, elegant dan suasana nyaman.

Hasil penelitian variabel keragaman menu menunjukkan H_2 diterima. Keragaman menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di *The Arbanat Kitchen Café Lounge*. Sedangkan analisis persamaan

regresi pada variabel keragaman menu menunjukkan bahwa keragaman menu berpengaruh positif dengan nilai Beta 0,293 atau 29,3 %. Semakin banyak variasi menu yang dijual di *The Arbanat Kitchen Café Lounge* maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hal ini bermakna bahwasanya variasi menu yang dijual *The Arbanat Kitchen Café Lounge* berpengaruh pada kepuasan konsumen sebab adanya variasi menu dianggap dapat memberikan penawaran beragam kepada konsumen sehingga terciptalah *consumer satisfaction*.

Hasil uji F penelitian ini menunjukkan H_3 diterima, dimana variabel harga (X_1) dan keragaman menu (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian konsumen (Y) di *The Arbanat Kitchen Café Lounge*. Sedangkan nilai *Adjusted R²* sebesar 0,137 setara 13,7%. Maka Y dipengaruhi oleh X_1 dan X_2 sebanyak 13,7%, selebihnya 86,3% dijelaskan oleh variabel diluar model.

Dalam penelitian ini harga dan keragaman menu mempunyai indikator yang saling terkait dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan jenis kelamin, wanita mendominasi kunjungan di *The Arbanat Kitchen Café Lounge*. Perempuan memiliki kecenderungan tidak memperhitungkan harga. Menurut (Firmansyah, 2018) kepemilikan produk berdasar pada sudut pandang sebagian laki-laki ialah sebuah teknik mendominasi orang lain, membedakan dirinya dari orang lain dan agresi terhadap orang lain. Sementara perempuan cenderung menilai tinggi barang milik mampu memperkuat *personal* dan *social relationship*. Dari namanya *The Arbanat* mengusung tema *Kitchen Café Lounge* berorientasi kepada citra *brand* dengan penerapan harga tinggi guna

mendapat citra prestisius, dan penerapan harga rendah guna mendapat *image of value*. Selain itu *The Arbanat Kitchen Café Lounge* menetapkan harga menu makanan dengan harga ganjil (*odd price*), sebagai contoh Bebek Goreng Arbanat Rp 89.000, Sayur Asem Jakarta Rp 29.000, Salted Caramel Peanut Rp 29.000. Strategi harga ganjil tersebut bertujuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kotler & Keller (2009) mengemukakan bahwasanya beberapa penjual menerapkan *odd price strategy* dengan menerapkan harga yang memiliki akhiran angka ganjil sebab beberapa riset membuktikan bahwasanya konsumen cenderung memproses harga dari kiri ke kanan dan bukan dengan membulatkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maskan dan Kamaludin (2021).

KESIMPULAN

Berdasar pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian pada *The Arbanat Kitchen Café Lounge*, dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di *The Arbanat Kitchen Café Lounge*, Variabel keragaman menu (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di *The Arbanat Kitchen Café Lounge* dan Variabel harga (X_1) dan keragaman menu (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) di *The Arbanat Kitchen Café Lounge*.

DAFTAR PUSTAKA

Arsyadani, Atiq. (2015). Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Kopma IAIN Walisongo Semarang. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Firmansyah, Anang. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Deepublish .

Kholisdinuka, Alfi. (2020). "Bisnis Kuliner Ini Tetap Bertahan Meski Corona Merajalela" selengkapnya <https://finance.detik.com/solusi/km/d-5051478/bisnis-kuliner-ini-tetap-bertahan-meski-corona-merajalela>. Diakses tanggal 26 Oktober 2021.

Kotler P. & Keller Kevin Lane. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, and Armstrong. (2017). Manajemen Pemasaran, Jakarta : Indeks.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

S Zein1 , L Yasyifa1 , R Khozi1 , E Harahap1 , FH Badruzzaman1 , D Darmawan. (2019) Pengolahan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS. JTEP-Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran, Volume 4, Nomor 1, Februari 2019. Universitas Islam Bandung.

Yuwono, Marcella Precia. (2020). Skripsi. Pengaruh Restaurant Atmosphere Terhadap Perilaku Pengunjung di The Arbanat Kitchen Café Lounge Malang. Surabaya : Universitas Kristen Petra.

Zuraida, Ida. (2019). Skripsi. Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Restoran Cepat Saji Rocket Chicken di Klaten. Universitas Widya Dharma.