

PENGARUH VARIAN MENU, KUALITAS PELAYANAN, DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INTANO *COFFEE SHOP & ROASTERY* DI KRIAN SIDOARJO

Nerizza Arviana¹, Sigit Santoso²

Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Nerizzaarviana@gmail.com¹, sigitsantoso@untag-sby.ac.id²

ABSTRACT

This study aims to prove and analyze the effect of menu variants, service quality, and Instagram social media on purchasing decisions at Intano Coffee Shop & Roastery in Krian Sidoarjo. This type of research is quantitative. Respondents in this study were 100 Intano Coffee Shop & Roastery consumers, using the accidental sampling method. Data was collected from respondents using a questionnaire, then the data was processed and analyzed using the SPSS 25 program. Data analysis techniques include validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, coefficient of determination test, t-test and f-test. The results of this study indicate that menu variants have a significant effect on purchasing decisions. Service quality has a significant effect on purchasing decisions. Instagram social media has a significant effect on purchasing decisions. Menu variants, service quality and Instagram social media simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at Intano Coffee Shop & Roastery in Krian Sidoarjo.

Keywords: Menu Variants, Service Quality, Instagram Social Media, and Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh varian menu, kualitas pelayanan, dan media sosial instagram terhadap keputusan pembelian pada Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Intano *Coffee Shop & Roastery* yang berjumlah 100 orang, dengan menggunakan metode accidental sampling. Data dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner, kemudian data diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS 25. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji-t dan uji f Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa varian menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Varian menu, kualitas pelayanan dan media sosial instagram secara simultan

Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagiarism checker no 77

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.

Kata Kunci : Varian Menu, Kualitas Pelayanan, Media Sosial Instagram, dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Diera saat ini perkembangan industri kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat. Bisnis kuliner menjadi salah satu jenis usaha yang semakin diminati, terutama dibidang *coffee shop*. Dengan kondisi tersebut tidaklah heran jika tingkat perkembangan *coffee shop* terus mengalami peningkatan bahkan sekarang menjadi trend di berbagai kalangan. Banyaknya bisnis kuliner membuat persaingan antara pengusaha, terutama restoran dan *coffee shop* semakin ketat. Dalam persaingan yang semakin ketat bisnis mengharuskan setiap pelaku usaha untuk dapat beradaptasi dan bersaing secara efektif. Para pengusaha dituntut untuk cerdas dalam memanfaatkan setiap peluang yang ada serta menyusun strategi yang tepat untuk menarik para konsumen untuk berkunjung.

Coffee shop kini menjadi salah satu bisnis yang sangat menguntungkan. Hal ini terjadi karena salah satu tren masa kini di kalangan anak muda, yaitu menikmati kopi sambil bersosialisasi di *coffee shop*, yang disebut dengan “nongkrong”. Minum kopi sekarang tidak lagi identik dengan kebiasaan orang tua, khususnya kaum bapak, karena saat ini kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup anak muda sebagai cara untuk menunjukkan eksistensi mereka. Dengan adanya *coffee shop*, tempat ini juga bisa dijadikan sebagai lokasi untuk bertemu teman, mengerjakan tugas, bersantai, bahkan menikmati waktu sendiri sambil menikmati fasilitas yang disediakan oleh *coffee shop* tersebut.

Perkembangan bisnis *café* dapat dibuktikan dengan adanya salah satu *café* yang ada di Krian Sidoarjo yaitu Intano *Coffee Shop & Roastery* yang beralamat di Perum Residece Keraton No.46 jalan raya Sidomukti, Kec.Krian, Kab.Sidoarjo, merupakan coffee shop yang berdiri sejak tahun 2016 hingga saat ini.

Keberhasilan sebuah bisnis bergantung terhadap keputusan konsumen, terutama terhadap keputusan pembelian yang akan dilakukan oleh konsumen kepada perusahaan (Sabrang Pinanggih & Rahmawati, 2024). Upaya mendatangkan dan mempertahankan minat beli konsumen yang tinggi dapat dilakukan dengan berbagai macam faktor diantaranya varian menu, kualitas pelayanan yang baik, dan melakukan promosi di media sosial yaitu Instagram.

Varian menu merupakan bentuk suatu varian produk yang menawarkan berbagai macam pilihan, sehingga memudahkan konsumen dalam menentukan pilihan sesuai selera mereka. (Permana et al., 2022). Semakin beragam pilihan menu yang ditawarkan, semakin besar pula peluang untuk menarik minat konsumen dengan preferensi dan kebutuhan. Berdasarkan penelitian (Rusdi et al., 2023) menunjukkan bahwa varian menu berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan (Fahriana et al., 2023) menurut menyatakan bahwa varian menu tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga masih terjadi ketidaksesuaian terkait varian menu terhadap keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut (Yuliana & Maskur, 2022) setiap produk yang ditawarkan harus dikenalkan kepada konsumen, agar mereka mengetahui spesifikasi dan menyampaikan keinginannya. Karena pelayanan yang memuaskan akan berdampak terjadinya pembelian yang berulang-ulang kali dan dapat meningkatkan penjuala. Berdasarkan penelitian (Barus & Silalahi, 2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan (Syah et al., 2024) menurut bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh

terhadap keputusan pembelian. Sehingga masih terjadi ketidaksesuaian terkait kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Dengan berkembangnya aplikasi media sosial saat ini, bisnis dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi yang sangat efektif. Menurut (Dilasari & Yosita, 2022) pemanfaatan media sosial oleh suatu usaha dapat meningkatkan keberhasilan dalam kegiatan promosi yang berdampak pada konsumen untuk saling bergai preferensi dan mengumpulkan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam memutuskan pembelian suatu produk. Salah satu media sosial yang seharusnya dapat digunakan secara efektif untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan yaitu instagram. Penggunaan medias sosial instagram sebagai platfrom pemasaran terbukti memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian (Reyvaldi & Oktini, 2020) menyatakan bahwa media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan (Andriani & Puji Suci, 2023) menyatakan bahwa media sosial Instagram tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga masih terjadi ketidaksesuaian terkait media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah varian menu berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Intano Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Intano Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo?
3. Apakah media sosial instagram berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Intano Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo?
4. Apakah varian menu, kualitas pelayanan dan media sosial instagram secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *Intano Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo?

MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini berharap bermanfaat bagi :

- a. Bagi Peneliti
Melalui penelitian ini penulis dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama dibangku kuliah, serta memperluas pengetahuan di bidang ilmu manajemen pemasaran.
- b. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam merancang strategi untuk menjaga daya saing terhadap pesaing *coffee shop* lainnya.
- c. Bagi Pihak Lain
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan untuk para pembaca, sekaligus menjadi sumber referensi bagi mereka yang akan melanjutkan penelitian ini dengan topik yang sama.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Menurut (Shinta, 2022:2) manajemen pemasaran merupakan suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir, serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan bidang studi yang mempelajari bagaimana individu, organisasi, dan kelompok melakukan pembelian, dan penggunaan produk, ide, atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Pendekatan perilaku konsumen menekankan pentingnya pemasar untuk lebih berfokus pada pelanggan, bukan hanya pada penjualan produk yang dihasilkan perusahaan. Perilaku konsumen melibatkan berbagai faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian. Saat seseorang mempertimbangkan untuk membeli suatu barang, mereka biasanya mempertimbangkan untuk membeli suatu barang atau produk, mereka memikirkan dari aspek seperti harga, kualitas, fungsi, dan manfaat dari produk tersebut. Proses berfikir, mempertimbangkan, dan mengevaluasi produk sebelum pembelian merupakan contoh nyata dari perilaku konsumen (Indrasari, 2019).

Varian Menu

Varian menu merupakan menu yang disajikan berdasarkan pengelompokan bahan utama yang biasanya dilakukan oleh setiap kafe seperti variasi minuman, variasi makanan, dll sehingga memudahkan konsumen yang ingin melakukan pemesanan terhadap kafe tersebut (Tondang et al., 2023).

Menurut (Sihombing et al., 2021) varian menu mempunyai indikator sebagai berikut:

1. Rasa Produk
2. Ukuran Porsi
3. Kualitas Produk
4. Penampilan Produk
5. Ketersediaan Menu

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumsi. Kualitas pelayanan ini sangat penting dalam memengaruhi keputusan pembelian, karena jika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka mereka akan cenderung merekomendasikannya kepada calon pembeli lainnya (Sukmawati et al., 2024).

Menurut teori (Kotler & Keller, 2016 : 284) kualitas pelayanan memiliki lima indikator yang meliputi :

1. Keandalan (Reability)
2. Ketanggapan (Responsiveness)
3. Jaminan (Assurance)
4. Empati (Empathy)
5. Berwujud (Tangibles)

Media Sosial Instagram

Media sosial merupakan platform yang sering digunakan oleh masyarakat, terutama untuk berkomunikasi, memperoleh, dan menyebarkan informasi secara luas dan cepat melalui teknologi yang didukung oleh jaringan internet (Sutrisno & Mayangsari, 2021). Sedangkan menurut (Cindie Sya'bania & Desy Misnawati, 2020) Instagram merupakan sebuah jenis media sosial berupa aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan penggunaannya untuk berbagai gambar serta video, kemudian menyebarkan ke berbagai platform media sosial, termasuk platform itu sendiri jejaring sosial lainnya (Wikipedia). Karena banyaknya pengguna Instagram, Instagram bertambah fungsi menjadi wadah pengusaha dalam mempromosikan produknya melalui Instagram.

Menurut (Gunelius, 2011:59-62) terdapat empat indikator yang terdiri dari :

1. Content Creation
2. Content Sharing
3. Connecting
4. Community Building

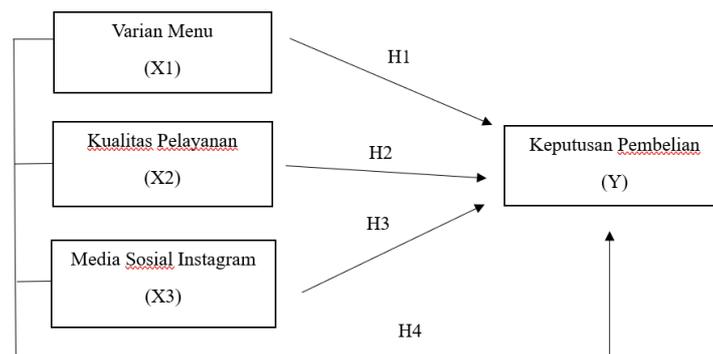
Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah salah satu konsep dalam perilaku konsumen, baik secara individu, kelompok, maupun organisasi, yang melibatkan proses evaluasi dan pemilihan dari berbagai alternatif yang tersedia, serta menentukan pilihan yang dianggap paling menguntungkan (Reyvaldi & Oktini, 2020).

Menurut Kotler & Armstrong dalam (Reyvaldi & Oktini, 2020:3) keputusan pembelian memiliki indikator sebagai berikut :

1. Pilihan Produk
2. Pilihan Merek
3. Pilihan Penyalur
4. Waktu Pembelian
5. Jumlah Pembelian
6. Metode Pembayaran

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1 : Varian menu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.

H3 : Media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.

H4 : Varian menu, kualitas pelayanan, dan media sosial Instagram berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu informasi terkait varian menu, kualitas pelayanan, dan media sosial instagram terhadap keputusan pembelian pada Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan pendekatan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi berdasarkan data yang diperoleh. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan skala likert lima poin. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh antara masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Intano *Coffee Shop & Roastery* yang berlokasi di Perum Residence Kraton No. 46 Jalan Raya Lilium Sidomukti, Kraton, Kec. Krian, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

Waktu penelitian dimulai pada bulan September - Desember 2024. Penelitian ini dilakukan berdasarkan orang yang pernah mengunjungi Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang telah berkunjung di Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo dengan melakukan 2 kali pembelian. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 orang responden dengan teknik pengumpulan data

menggunakan penyebaran kuesioner dan teknik sampel ini menggunakan accidental sampling yang penentuan sampelnya secara kebetulan. Pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin yang merupakan rumus pengambilan sampel yang digunakan untuk populasi yang terhitung yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi (di peroleh dari manajer Intano *Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo

e: Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, dalam penelitian ini sebesar (10%)

Perhitungan :

$$n = \frac{3.725}{1 + 3.725 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.725}{1 + 3.725 (0,01)}$$

$$n = \frac{3.725}{3.726 (0,01)}$$

$$n = \frac{3.725}{37,26}$$

$$n = 99,973162$$

Dari hasil tersebut makan didapatkan n = 99,973162 sehingga dibulatkan menjadi 100 responden yang terdiri dari konsumen Intano *Cofee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r table	Keterangan
Varian Menu	X1.1	0,681	0,197	Valid
	X1.2	0,648	0,197	Valid
	X1.3	0,4.89	0,197	Valid
	X1.4	0,491	0,197	Valid
	X1.5	0,430	0,197	Valid
	X1.6	0,615	0,197	Valid
	X1.7	0,605	0,197	Valid
	X1.8	0,504	0,197	Valid
	X1.9	0,692	0,197	Valid
	X1.10	0,492	0,197	Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,330	0,197	Valid
	X2.2	0,507	0,197	Valid
	X2.3	0,610	0,197	Valid
	X2.4	0,645	0,197	Valid
	X2.5	0,427	0,197	Valid
	X2.6	0,545	0,197	Valid
	X2.7	0,626	0,197	Valid
	X2.8	0,601	0,197	Valid

	X2.9	0,457	0,197	Valid
	X2.10	0,611	0,197	Valid
Media Sosial Instagram	X3.1	0,611	0,197	Valid
	X3.2	0,514	0,197	Valid
	X3.3	0,788	0,197	Valid
	X3.4	0,788	0,197	Valid
	X3.5	0,792	0,197	Valid
	X3.6	0,729	0,197	Valid
	X3.7	0,626	0,197	Valid
	X3.8	0,797	0,197	Valid
	Keputusan Pembelian	Y1.1	0,608	0,197
Y1.2		0,503	0,197	Valid
Y1.3		0,577	0,197	Valid
Y1.4		0,546	0,197	Valid
Y1.5		0,631	0,197	Valid
Y1.6		0,538	0,197	Valid
Y1.7		0,533	0,197	Valid
Y1.8		0,518	0,197	Valid
Y1.9		0,615	0,197	Valid
Y1.10		0,677	0,197	Valid
Y1.11		0,600	0,197	Valid
Y1.12		0,636	0,197	Valid

Berdasarkan uji validitas diatas menunjukkan bahawa nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Dengan hasil ini maka kuesioner yang digunakan oleh variabel varian menu (X1), kualitas pelayanan (X2), media sosial Instagram (X3), dan keputusan pembelian (Y) dikatakan valid.

Uji Realibilitas

Tabel 2
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Minimum	Keterangan
Varian Menu (X1)	0,766	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,729	0,60	Reliabel
Media Sosial Instagram (X3)	0,860	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,819	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reabilitas diatas menyatakan bahawa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60 sehingga variabel varian menu (X1), kualitas pelayanan (X2), media sosial Instagram (X3), dan keputusan pembelian(Y) dapat dinyatakan reliabel.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R^2)

Tabel 3
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,882 ^a	0,778	0,771	1,91002

Berdasarkan hasil diatas bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,771 atau 77,1%. Sehingga dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh antara variabel varian menu (X1), kualitas pelayanan (X2), dan media sosial instagram (X3) terhadap keputusan pembelian sebesar 0,771 atau 77,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ANALISIS LINIER BERGANDA

Tabel 4
Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,044	3,013		1,010	,315
	Varian Menu (X1)	,377	,093	,301	4,039	,000
	Kualitas Pelayanan (X2)	,390	,091	,298	4,302	,000
	Media Sosial Instagram (X3)	,475	,057	,469	8,385	,000

Pada tabel diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 3,044 + 0,377X_1 + 0,390 X_2 + 0,475 X_3$$

Maka dapat di interpretasikan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 3,044 dapat diartikan bahwa variabel varian menu (X1), kualitas pelayanan (X2), dan media sosial instagram (X3) bernilai 0, maka variabel keputusan pembelian (Y) nilainya sebesar 3,044.
2. Pada variabel varian menu (X1) diperoleh 0,377 yang artinya apabila variabel menu (X1) naik satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,377 dengan asumsi variabel tetap.
3. Pada kualitas pelayanan (X2) diperoleh 0,390, yang artinya apabila kualitas pelayanan (X2) naik satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,390 dengan asumsi variabel tetap.
4. Pada media sosial instagram (X3) diperoleh nilai sebesar 0,475 yang berarti bahwa media sosial Instagram (X3) naik satu satuan maka keputusan pembelian (Y) meingkat sebesar 0,475 dengan asumsi variabel tetap.

UJI HIPOTESIS

Uji Parsial (Uji-T)

Tabel 5
Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,044	3,013		1,010	,315
	Varian Menu (X1)	,377	,093	,301	4,039	,000
	Kualitas Pelayanan (X2)	,390	,091	,298	4,302	,000
	Media Sosial Instagram (X3)	,475	,057	,469	8,385	,000

Berdasarkan pada pengujian diatas menunjukkan bahwa :

1. Pada variabel varian menu (X1) memperoleh t hitung sebesar 4,039 > t tabel 1,985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa varian menu (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen Intano Coffee Shop & Roastery di Krian Sidoarjo.
2. Pada variabel kualitas pelayanan (X2) memperoleh t hitung sebesar 4,302 > t tabel 1,985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).keputusan pembelian (Y) Intano Coffee Shop & Roastery di Krian Sidoarjo.
3. Pada variabel media sosial instagram (X3) memperoleh t hitung sebesar 8,385 > t tabel 1,985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media sosial instagram (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Intano Coffee Shop & Roastery di Krian Sidoarjo

Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 6
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1226.766	3	408.922	112.090	.000 ^b
	Residual	350.224	96	3.648		
	Total	1576.990	99			

Diketahui bahwa nilai F hitung diperoleh sebesar 112,090 > F tabel 2.70. Selain itu juga dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel varian menu (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Media Sosial Instagram (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian pada Intano Coffee Shop & Roastery di Krian Sidoarjo.

PEMBAHASAN HASIL TEMUAN

Pengaruh Varian Menu Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel varian menu memiliki t hitung 4,039 > t tabel 1,985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel varian menu (X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Semakin beragam varian menu yang ditawarkan oleh Intano *Coffee Shop & Roastery* Krian Sidoarjo, maka semakin besar konsumen untuk melakukan pembelian. Keberagaman menu

memberikan konsumen lebih banyak pilihan yang sesuai dengan preferensi mereka, sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini di dukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh (Rusdi et al., 2023) yang menunjukkan bahwa varian menu berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar $4,302 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,50$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh *Intano Coffee Shop & Roastery Krian Sidoarjo*, seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, dll semakin besar juga konsumen untuk melakukan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga menciptakan loyalitas. Sehingga dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Hal ini di dukung dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh (Barus & Silalahi, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel media sosial Instagram memiliki t hitung sebesar $8,385 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel media sosial Instagram (X_3) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Semakin aktif media sosial instagram *Intano Coffee Shop & Roastery*, untuk melakukan promosi produk, seperti dengan mengunggah foto yang menarik, penawaran khusus, semakin besar konsumen akan tertarik untuk melakukan pembelian. Hal ini didukung dengan adanya penelitian oleh (Reyvaldi & Oktini, 2020) menyatakan bahwa media sosial instagram berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Varian Menu, Kualitas Pelayanan, dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel varian menu (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan media sosial instagram (X_3) bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini diketahui dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $112,090$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dinyatakan bahwa varian menu, kualitas pelayanan dan media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Intano Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian mengenai “Pengaruh varian menu, kualitas pelayanan, dan media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian pada *Intano Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo maka dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. Varian menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Intano Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Intano Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.
3. Media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Intano Coffee Shop & Roastery* di Krian Sidoarjo.

4. Berdasarkan hasil pengujian uji f (simultan) bahwa varian menu, kualitas pelayanan dan media sosial Instagram secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Intano Coffee Shop & Roastery di Krian Sidoarjo.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis memberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan agar Intano coffee Shop dapat mengevaluasi dan mengembangkan varian menu yang beragam untuk memenuhi kebutuhan konsumen, serta meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen merasa puas dan mendapatkan pengalaman positif. Selain itu, diharapkan agar instagram intano coffee shop lebih aktif dan konsisten dalam mengunggah konten dan berinteraksi dengan pengikut agar calon konsumen tertarik.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan variabel lain yang belum diteliti, seperti harga, lokasi, fasilitas, agar memberikan hasil yang lebih baik mengenai keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D., & Puji Suci, R. (2023). *Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Starcross Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli (Studi pada Generasi Milenial Malang)*. 2(3).
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sosmed Cafe Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*.
- Cindie Sya'bania, F., & Desy Misnawati. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan*.
- Dilasari, E. M., & Yosita, G. (2022). *Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung*. 3(1), 25-40.
- Fahriana, A., Dirwan, & Agunawan. (2023). Pengaruh Varian Menu, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Donat Kampar. *Jurnal MANUVER*. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/manuver>
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Editi)*. England: Pearson Education Limited.
- Permana, A. E., Yusnita, R. T., & Suci, P. L. (2022). The Effect Of Caf Menu Variations And Atmosphere On Competitive Advantage (Case Study on Volkswagen Café in Tasikmalaya) Pengaruh Variasi Menu Dan Atmosfer Café Terhadap Keunggulan Bersaing (Survei Pada Konsumen Volkswagen Café di Tasikmalaya). In *Journal of Indonesian Management (Vol. 2, Issue 3)*.
- Reyvaldi, D. H., & Oktini, D. R. (2020). *Prosiding Manajemen Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen 372 Kopi*.
- Rusdi, A., Syahputra, E., Kusuma Wardhani Manajemen Pemasarakatan, R., & Ilmu Pemasarakatan, P. (2023). *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial PENGARUH VARIASI MENU, CITA RASA, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAUE BURGER BAR KEDIRI*. 01, 50-60.
- Sabrang Pinanggih, G., & Rahmawati, Z. (2024). Pengaruh Keragaman Menu, Lokasi ,dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Bersahaja Balowerti Kota Kediri. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 5. <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Shinta, M. P. ,lr. A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. <http://www.ubpress.ub.ac.id>

- Sihombing, M. M., Arifin, M. H., & Maryono. (2021). Pengaruh Varian Menu, Harga, dan Suasana Cafe, Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Miltie Garden Mulawarman Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1-8.
- Sukmawati, A., Handoko, T., & Choerudin, A. (2024). Jurnal Mirai Management Stratregi Untuk Meningkatkan Keputusan Pembelian Coffee Shop Soloraya (Studi Kasus Coffee Janji Jiwa). *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 2024-2279.
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Keputuhan Informasi Followers*. 5. <https://doi.org/10.34010/common>
- Syah, M. D., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Determinasi Minat Beli dan Keputusan Pembelian: Analisis Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan pada Kedai Kopi Flos Cibitung. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Tondang, G. A., Lathief, M., Nasution, I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Suasana Cafe, Harga, Variasi Menu Terhadap Minat Kunjungan Konsumen (Studi Kasus: Dbest Cafe Tuamang). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 1-12.
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Sinestesa Coffeeshop Pati). *Journal Of Management & Business*, 5(1), 2022-2559. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>