

SKRIPSI
PENGARUH VARIASI MENU DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA CAFE TITIK SENJA
DI KELURAHAN TOTOLI
KABUPATEN MAJENE



AHMAD MAHATIR SYAM
C0118523

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
TAHUN 2025

**PENGARUH VARIASI MENU DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA CAFE TITIK SENJA
DI KELURAHAN TOTOLI
KABUPATEN MAJENE**



**AHMAD MAHATIR SYAM
C0118523**

Skripsi sarjana lengkap untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Sulawesi Barat
Telah Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Dr. Sumarsih, S.E., M.M
NIP:19770104202121004

Pembimbing II

Nur Qamariah S, S.Pd., M.Pd
NIDN:0014129101

Menyetujui

Koordinator Program Studi Manajemen

Erwin, S.E., M.M
NIP : 198909032019031013

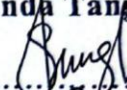
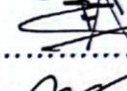
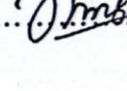
**PENGARUH VARIASI MENU DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA CAFE TITIK SENJA
DI KELURAHAN TOTOLI
KABUPATEN MAJENE**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

**AHMAD MAHATIR SYAM
C0118523**

Telah diuji dan diterima Panitia Ujian pada
Tanggal 08 Mei 2025 dan dinyatakan Lulus

TIM PENGUJI

Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1. Dr. Sumarsih, S.E., M.M	pembimbing I	1)..... 
2. Nur QamariahS, S.Pd., M.Pd	Pembimbing II	2)..... 
3. Erwin, S.E., M.M	Penguji I	3)..... 
4. Dr. Nursyam Anwar, S.E., M.Si	Penguji II	4)..... 
5. Dr. Hamsyah, S.E., M.Si	Penguji III	5)..... 

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Dr. Sumarsih, S.E., M.M
NIP:19770104202121004

Pembimbing II



Nur Qamariah S, S.Pd., M.Pd
NIDN:0014129101

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof Dr. Dra. Enny Radjab, M.AB
NIP 196703251994032001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Mahatir Syam
NIM : C0118523
Jurusan/program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

**“Pengaruh Variasi Menu Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Café Titik
Senja Di Kelurahan Totoli Kabupaten Majene”**

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah di ajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis di kutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat di buktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Majene, 8 Mei 2025

Yang membuat pernyataan.



Ahmad Mahatir Syam

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan proposal skripsi yang berjudul ***“Pengaruh Variasi Menu Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Titik Senja Di Kelurahan Totoli Kabupaten Majene”*** dapat terselesaikan dengan baik.

Penyusunan proposal skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terimakasih kepada:

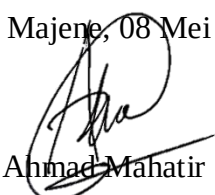
1. Bapak Prof. Muhammad Abdy, M.Si., Ph.D selaku Rektor Di Universitas Sulawesi Barat yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan studi strata satu (S1) di kampus Universitas Sulawesi Barat.
2. Ibu Dr. Dra. Enny Radjab, M.AB selaku dekan fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis.
3. Bapak Erwin, S.E., M.M selaku Koordinator program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat.
4. Ibu Dr. Sumarsih, S.E.,M.M. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Nur Qamariah S S.Pd.,M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga tersusunnya proposal skripsi ini.
5. Bapak Muhammad Shaleh Z, ST.,S.T.,M.M selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan pengarahan yang terbatas waktu dari awal hingga akhir studi.

6. Seluruh dosen dan asistennya, staf pegawai di lingkup Fakultas Ekonomi dan Universitas Sulawesi Barat.
7. Ayah (Syamsuddin) Ibu (Sitti Maryan) dan Adik tercinta beserta keluarga yang telah memberikan bantuan dan dukungan, baik secara moral maupun materil.
8. Terkhusus ku ucapkan untuknya orang tercinta dan tersayang Nur Padilah Idrus, S.Kep yang tulus dan sabar membantu dalam menyusun dan menyelesaikan, dari proposal sampai skripsi tidak diluput dari uluran tanganya sehingga saya berhasil menyelesaikan tahap demi tahap dalam penyusunan ini.
9. Sahabat-sahabat dan teman-teman seperjuangan yang setia memberi semangat dan motivasi selama ini serta Seluruh pihak-pihak yang lain telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penyusunan proposal ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kesedian pembaca untuk memberikan kritik dan saran demi sempurnanya proposal ini.

Akhir kata penulis mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya karna penulis menyadari betul bahwa penulisan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Majene, 08 Mei 2025



Ahmad Mahatir Syam

ABSTRAK

Ahmad Mahatir Syam (C0118523) Pengaruh Variasi Menu Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Titik Senja Kelurahan Totoli Kabupaten Majene, di bombing oleh dosen Sumarsih dan Nur Qomariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi menu dan harga terhadap minat beli ulang konsumen pada pembelian café titik senja di Majene. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik penentuan secara *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah komsumen yang berkunjung ke café titik senja di Majene. Sampel ayang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variasi menu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang (2) harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang (3) variasi menu dan harga tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli ulang pada café tiitk senja di Majene.

Kata kunci: variasi menu, harga, dan minat beli ulang

ABSTRACT

Ahmad Mahatir Syam (C0118523) *The Influence of Menu Variations and Prices on Repurchase Interest at the Point Senja Cafe, Totoli Village, Majene Regency, bombed by lecturers Sumarsih and Nur Qomariah.*

This research aims to determine the effect of menu variations and prices on consumer repurchase interest in purchasing the Twilight Point café in Majene. This type of research is quantitative research with an accidental sampling technique. The population in this study were consumers who visited the Twilight Point Café in Majene. The sample used in this research was 50 respondents. The results of this research show that (1) menu variations do not have a significant effect on repurchase interest (2) price does not significantly influence repurchase interest (3) menu variations and prices do not jointly influence repurchase interest at the twilight cafe in Majene.

Keywords: *menu variations, prices, and repeat purchase interest*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman dan diikuti dengan keinginan manusia yang terus berkembang, sekarang ini manusia tidak lagi mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri untuk itu perlu adanya organisasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya tersebut. Perkembangan dunia bisnis yang semakin pesat di era globalisasi seperti sekarang ini, ditandai dengan tingkat persaingan di dunia bisnis yang semakin tinggi dalam memasarkan produk atau jasa kepada konsumen. Oleh karena itu para pelaku bisnis berlomba-lomba dalam memasarkan produknya demi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Secara umum konsumen akan lebih memilih produk yang memiliki harga murah tapi memiliki kualitas produk yang baik, untuk itu dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi ini perusahaan harus mengetahui dan memahami setiap kebutuhan dan keinginan konsumennya dan terus berinovasi agar bisa menciptakan produk atau bauran pemasaran agar dapat tercipta kesan tertentu diingatan konsumen yang baik bagi produknya dan memanfaatkan juga keunggulan yang dimiliki produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis terjadi dalam berbagai bidang, khususnya dalam bidang kuliner. Kebutuhan pokok manusia akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan yang wajib terpenuhi, sehingga bisnis di bidang kuliner menjadi banyak diminati para pelaku usaha. Di Indonesia sendiri, dalam beberapa tahun terakhir ini jumlah usaha kuliner semakin meningkat dengan

berbagai variasi produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini dipengaruhi oleh pola gaya hidup dan konsumsi konsumen yang terus berubah. Pola gaya hidup yang terus berubah yang cenderung lebih memilih produk yang praktis seperti halnya mengkonsumsi makanan yang siap saji dan pola konsumsi yang berubah dari makanan tradisional ke makanan yang modern. Peluang seperti ini banyak dimanfaatkan para pelaku usaha untuk terjun dalam usaha dibidang kuliner, salah satunya usaha kuliner *caffeshop* atau *café*.

Usaha *Cafe* atau kafe ini pada umumnya merupakan usaha yang bergerak dalam bidang makanan dan minuman yang dikelola secara praktis dan tetap menawarkan tingkat pelayanan yang ramah kepada para konsumennya. *Cafe* sendiri disamping dipakai tempat untuk bersantai, *Cafe* juga memberikan banyak manfaat bagi para pengunjung yaitu tempat untuk refresing untuk menghilangkan kelelahan, *Cafe* juga bisa menciptakan suasana yang damai sehingga banyak dari kalangan anak muda menjadikan *Cafe* sebagai tempat nongkrong, mengerjakan tugas, dan sebagai tempat untuk menemukan teman baru. *Cafe* juga menawarkan suasana tempat yang bisa memberikan kenyamanan bagi setiap pengunjungnya. Hal seperti ini lah yang menjadi peluang dan banyak diminati para pelaku usaha di kota Majene dan sekitarnya. Hal ini ditandai dengan menjamurnya usaha *cafe*/kafe di kota Majene dan sekitarnya. Banyaknya *cafe* yang bermunculan mengakibatkan para pemilik usaha *cafe* terus berusaha untuk memenangkan persaingan. Untuk itu, para pengusaha *cafe* dituntut untuk terus berkreaitivitas dalam menciptakan produk, rasa minuman yang dijualnya sehingga terdapat ciri khas tersendiri dibandingkan produk pesaing dan tetap bertahan dalam persaingan.

Perusahaan dalam mempertahankan kegiatan usahanya, penting untuk memperhatikan orientasi pada pelanggannya, yaitu yang menyangkut strategi yang dilakukan perusahaan untuk menemukan pelanggannya. Strategi yang dilakukan harus berfokus pada apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen guna menciptakan minat beli ulang untuk konsumen. Perusahaan juga harus mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi daya tarik konsumen dalam membeli produknya. Dalam usaha *cafe* banyak sekali pengusaha lebih memperhatikan pada patokan harga yang ditawarkan cenderung lebih murah karena beranggapan harga menjadi suatu keputusan pembelian konsumen. Padahal selain faktor harga, ada juga faktor lain yang dianggap cukup berpengaruh dalam minat beli ulang konsumen yaitu faktor variasi menu dan harga.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi minat beli ulang yaitu, Faktor variasi menu, Variasi/keragaman dapat diartikan sebagai sebuah bentuk yang bermacam-macam atau berbeda tergantung dari persepsi masing-masing orang. Variasi sendiri menjadi salah satu strategi dalam dunia usaha khususnya dibidang usaha kuliner karena seseorang akan lebih tertarik ketika usaha tersebut memiliki banyak pilihan menu untuk lebih memuaskan konsumennya. Menu juga dapat dijadikan basis pelanggan dalam membuat pilihan makanan, menu yang dibuat dengan baik dapat mengarahkan perhatian pelanggan pada barang yang dijual lebih banyak (Imamuddin, M, 2017). Menurut kotlher 2016 terkait indikator-indikator variasi menu sebagai berikut: (1) jenis pilihan menu makanan dan minuman, (2) rasa makanan dan minuman, dan (3) ukuran porsi makanan dan minuman.

faktor selanjutnya harga, Menurut (Andriani, 2020) harga adalah salah satu indikator yang dipakai sebagai pertimbangan dalam memilih suatu produk oleh pelanggan dimana harga mampu merebut hati para pelanggan atau calon pelanggan dalam mengambil suatu keputusan. Menurut (Kotler, 2016:65) menyatakan bahwa harga dalam arti sempit sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dalam artian luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa harga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen karena bisa dibilang harga menjadi salah satu kunci untuk bisa merebut hati pelanggan, dimana pelanggan/konsumen itu adalah kunci usaha bisa bertahan dalam dunia persaingan bisnis yang semakin tinggi. Memiliki harga yang murah tapi tetap memiliki kualitas produk yang tinggi maka konsumen akan merasa lebih puas setelah memiliki produk atau jasa yang ditawarkan oleh para pelaku usaha. Menurut Kotler, 2016 ada empat indikator-indikator harga sebagai berikut: (1) keterjangkauan harga, (2) daya saing harga, (3) kesesuaian harga dengan manfaat.

Fenomena yang bisa kita temui adalah berkembang pesatnya bisnis *cafe* di kabupaten Majene dan banyak bermunculan *cafe* baru dengan konsep yang berbeda-beda. Ketika banyak bermunculan *cafe* baru, ini mengakibatkan tingginya tingkat persaingan. *Cafe* yang tidak mampu melawan tingginya persaingan maka akan mudah dikalahkan dengan pesaing yang memiliki usaha yang sejenis. Bisa kita lihat bahwa trend yang ada yaitu banyak *cafe* mengusung konsep khas karena

konsumen belakangan ini tertarik dengan tempat makan/nongkrong khususnya *cafe* yg memiliki konsep khas seperti industrial, *outdoor*, *retro*, dll. Melihat *update* dari teman-teman yang tinggal di Majene, yang sering mengunjungi *cafe* tersebut tetapi sekarang sangat jarang berkunjung. Saat saya tanya alasannya mengapa akhir-akhir ini sepi pembeli seiring berjalannya waktu, mereka mengatakan *cafe* ini kurang diminati karena menu yang tersedia sedikit dan tidak pernah berubah dan terkesan membosankan, Selain itu mereka juga mengeluhkan kenaikan harga menu yang tidak sebanding dengan porsinya, harga minuman juga ikut naik. Sebagai contoh, minuman yang sebelumnya dijual dengan harga sepuluh ribu rupiah, naik menjadi tigabelas ribu rupiah. Kekecewaan juga dirasakan karena terkadang minuman yang disajikan terlalu manis atau tidak sesuai dengan harapan mereka.

Gambar 1.1 Daftar Menu Dan Harga pada Cafe Titik Senja



Tabel 1.1 Daftar Menu Makanan Dan Minuman Cafe Titik Seja

Minuman	Harga	Makanan	Harga
Cappuccino	Rp 10.000	Nasi goreng	Rp 15.000
Mocaccino	Rp 10.000	Nasi ayam crispy	Rp 15.000
Kopi susu	Rp 7.000	Nasi ayam geprek	Rp 15.000
Kopi hitam	Rp 6.000	Nasi ayam goreng	Rp 15.000
Vanilla latte	Rp 11.000	Mie goreng Jakarta	Rp 17.000
Oreo	Rp 11.000	Tela-tela ubi	Rp 10.000
Taro	Rp 11.000	Banana roll	Rp 10.000
Red velvet	Rp 11.000	Pisang nugel	Rp 10.000

Thai tea	Rp 11.000	Bakso crispy	Rp 10.000
Milk tea	Rp 11.000	Tahu crispy	Rp 10.000
Chocolato	Rp 11.000	Tempe crispy	Rp 10.000
Susu kurma	Rp 12.000	Pisang milo	Rp 10.000
Susu madu	Rp 12.000		
Alpukat	Rp 11.000		
Brown sugar	Rp 12.000		
Es jeruk	Rp 7.000		
Es the	Rp 7.000		

Sumber: hasil observasi lapangan 2024

Gambar 1.1 di atas dapat dilihat harga yang ditawarkan *cafe* titik senja dari makanan sampai dengan minumannya. Untuk varian menunya sendiri juga perlu ditambahkan seperti menu makanan pembuka, menu utama, dan menu makanan penutup yang lengkap ditawarkan. Tugas dari sebuah pemasaran sebenarnya bukanlah mencari pelanggan yang tepat untuk suatu produk, melainkan menemukan produk yang tepat untuk pelanggan, menurut (Kotler, P. & Keller, K.L, 2016) sehingga diharapkan dengan penyajian menu makanan dan minuman yang bervariasi akan dapat memenuhi keinginan para konsumen yang masing-masing memiliki perbedaan dalam hal selera dan kesukaan bentuk atau rasa. Variasi menu yang ditawarkan oleh *cafe* merupakan hal yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek atau tempat berdasarkan pada pengalaman dalam berkunjung atau berdasarkan saran dari orang lain dan inilah yang dimaksud minat beli ulang.

Minat beli ulang berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang maka hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Minat beli yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat beli merupakan suatu perilaku konsumen yang melandaskan suatu minat beli yang hendak dilakukan konsumen (Imamuddin, M, 2017). Minat

beli diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk persepsi. Minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Timbulnya minat konsumen dalam melakukan pembelian, juga dipengaruhi oleh strategi yang diterapkan usaha makan atau rumah makan yaitu suasana rumah makan yang nyaman, lokasi yang strategis, harga yang terjangkau.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Budi Lestari & Ivo Novitaningtyas, 2021) yang membahas pengaruh variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang konsumen di *Coffeerville-oishi* pan magelang, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel “persentase pembelian kembali” yang terdiri dari variabel “kualitas produk” menunjukkan pengaruh yang signifikan. Kemudian, uji parsial menunjukkan bahwa variabel “jenis produk” berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli ulang konsumen *Coffeevillage-Oishi* Pan Magelang.

Penelitian lain yang dilakukan oleh (Elrio purnomo hidayat & eristia lidia paramita, 2021) berjudul “Pengaruh persepsi kandungan informasi, harga, kegunaan dan kemudahan penggunaan terhadap niat beli ulang konsumen makanan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel “persepsi informatif” tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel “kepuasan konsumen”. Variabel persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen. Variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap variabel kepuasan konsumen. Variabel “persepsi kemudahan penggunaan” tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel “kepuasan konsumen”. Variabel kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap variabel tingkat pembelian kembali. Berdasarkan hasil dan analisis penelitian ini, terlihat jelas jika dirata-ratakan seluruh konsumen *go food* sebagai responden memberikan skor data yang baik dengan skor rata-rata keseluruhan sebesar 4,21.

Berdasarkan penelitian terdahulu kualitas variasi menu dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Sehingga penulis tertarik meneliti untuk mengetahui apakah kualitas variasi menu dan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *cafe* titik senja di kelurahan totoli kabupaten majene. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Variasi Menu Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Titik Senja Di Kelurahan Totoli Kabupaten Majene”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah variasi menu berpengaruh terhadap minat beli ulang di *Cafe* Titik Senja Majene?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *Cafe* Titik Senja Majene?
3. Apakah variasi menu dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli ulang pada *Cafe* Titik Senja Majene?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui variasi menu berpengaruh terhadap minat beli ulang di *Cafe Titik Senja* majene.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap minat beli ulang di *Cafe Titik Senja* majene.
3. Untuk mengetahui variasi menu dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap niat beli ulang pada *Cafe Titik Senja Majene*

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai ilmu pengetahuan tentang sebuah karya ilmiah yang mempelajari tentang pengaruh variasi menu, harga dan minat beli ulang untuk mengembangkan ilmu pengetahuan terutama dalam bidang manajemen pemasaran maupun untuk kegiatan akademik.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat bagi penulis adalah dapat menambah wawasan pengetahuan penulis pada bidang ilmu pemasaran khususnya mengenai masalah kualitas produk dan brand awareness terhadap kepuasan konsumen pada pembelian produk. Sedangkan manfaat bagi perusahaan adalah diharapkan dapat memberikan masukan tanggapan konsumen mengenai kualitas produk dan brand awareness diperusahaan agar selanjutnya dapat membantu perusahaan untuk menentukan kebijakan-kebijakan yang paling tepat dan berguna untuk memuaskan kebutuhan konsumen sehingga dapat berdampak pada peningkatan penjualan pada suatu produk dipe

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variasi menu tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang pada café titik senja karena pelanggan di café titik senja utamanya anak muda memilih tempat berkumpul di café bukan berdasarkan variasi menu tetapi memilih tempat berkumpul karena rasa penasarannya saja.
2. Harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang karena konsumen di café titik senja merasa harga yang ditawarkan sudah sesuai, mereka tidak terlalu mempermasalahkan harga. Konsumen yang sebagian adalah mahasiswa yang datang untuk mengerjakan tugas atau berkumpul saja, setelah itu tidak lagi kembali mendatangi café alasannya karena sudah tidak ada tugas-tugas yang dikerjakan atau sudah tidak dijadikan tempat berkumpul.
3. variabel variasi menu, dan harga secara bersama-sama tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli ulang. Banyaknya café yang ada di majene membuat konsumen di café titik senja menurun karena banyaknya pilihan bagi konsumen untuk memilih café lain.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas, maka peneliti menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Bagi Café Titik Senja

Bagi pihak café titik senja diharapkan dapat mempertahankan variasi menu yang sudah ada dan meningkatkan variasi-variasi menu yang lebih menarik. Memperhatikan jenis dan porsi makanan dan minuman dari berbagai varian agar sesuai dengan keinginan para konsumen. Harga yang ditawarkan

untuk setiap menu terus konsisten sehingga apa yang ditawarkan dari menu sesuai dengan harga jual pada variasi menunya.

2. Bagi Peneliti

Bagi penelitian yang akan datang diharapkan mampu meneliti secara lebih mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi misalkan dengan menambah variabel-variabel lain yang diduga berpengaruh terhadap minat beli ulang seperti kepuasan pelanggan, dan lainnya. sehingga diperoleh hasil yang lebih baik dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. (2019). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Harga Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Salatiga Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening.
- Amanah, D. (Oktober 2015). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulsive Buying Produk Matahari Plaza Medan Fair. *Jurnal Quanomic*
- Andriani. (2020). Pengaruh Label dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Herbal Penawar Al Wahida Indonesia.
- Arfimasri & Yulham . (2016). pengaruh keberagaman menu dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada rumah makan Aur Duri Sumani Kecamatan X Koto Singkarak Kabupaten Solok Sumba.
- Arifah, E. R. (2020). Pengaruh Label Halal Kualitas Produk Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Komsumen . *Journal Of Management*.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Deviyanti, D latief & Zaeni. (2021). Pengaruh Label Halal, Harga Dan Kualitass Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah Di Citra Kosmetik Sungguminasa. *Journal Malono : Manajemen Dan Akutansi*.
- Ersa Heizza Lazuardi Putri, Sulhaini & Lalu Edy Herman Mulyono. (2017). Pengaruh brand experience, cita rasa, dan variasi menu terhadap minat beli ulang di kedai serabi bandung .
- Faradiba, Sri Rahayu Tri Astute. (2013). Analisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen (studi pada warung makan "bebek gendtu" semarang).
- Firmansyah, M. Anang. (2017). *Perilaku Komsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghanimata, F & Kamal. M. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal Of Management*.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ke 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Anlisis Multivariate dengan Program SPSS Universitas Diponegoro*. jakarta.

- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS (Edisi Ke 4)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imamuddin, M. (2017). Pengaruh Label halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukit Tinggi. *Journal Of Economic Studies*.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *In Marketing Edisi 15 Global Edition*. USA: Pearson Pretice .
- Kotler. Keller. (2016). *Marketing management, Edisi 15, Global Edition* . USA: Pearson Education.
- Meika Marito Sihombing, Muhammad Hasanur Arifin & Maryono. (2021). pengaruh variasi menu, harga dan suasana cafe, terhadap kepuasan konsumen cafe militie garden Mulawarman banjarmasin.
- Meithiani. (2019). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Wisata Desa Taman Bunga Manohara Desa Purwodadi. *Journal Manajemen Dan Kewirausahaan*.
- Merta. (2012). Menu Engineering Sebagai Langkah Penetapan Strategi Pemasaran Pada Restoran Sari Laut Restu Bali. *Journal Sosial Ekonomi Pertanian*.
- Miller. (2017). *Manajemen Era Baru* . Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Santoso. (2019). Pengaruh Variasi Menu, Harga, Jam Kerja, Dan Lama Usaha Terhadap Pendapatan Warung Tegal Di Kecamatan Cipatut Timur. *Journal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* . Bandung: Alfabeta,CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitataif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma Handayani & Rizal Ula Ananta Fauzi. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, brand image, variasi menu, cita rasa halal awareness dan harga terhadap minat beli ulang restoran mie gacoan madiun (studi kasus pada konsumen restoran mie gacoan di kota madiun).