



PENGARUH PERILAKU MENCARI VARIASI MENU TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN (Studi Kasus Pada Konsumen McDonald’s di Kota Mataram)

¹Azan Dani, ² Dwi Putra Buana, ³ Akhmad saufi

¹Ekonomi dan Bisnis/Manajemen Pemasaran, Universitas Mataram, Indonesia

email // azandani2502@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 12-12-2023

Revised : 02-02-2024

Accepted : 25-02-2024

Online : 30-03-2024

Keywords:

behavior looking for menu variations; satisfaction; interest in returning;

Kata Kunci:

perilaku mencari variasi menu; kepuasan; minat berkunjung kembali;

ABSTRACT

Abstract: *This study aims to determine the effect of the behavior of seeking menu variations on return interest by mediating McDonald's consumers in the city of Mataram). The population in this study were consumers who had shopped at McDonald's in Mataram City, while the sample of this study was 120 McDonald's consumers using purposive sampling technique. This type of research is associative research. Data processing in this study using SPSS 26.0 for Windows, where validity test, reliability test, classical assumption test, path analysis test, significance test (t test), coefficient of determination test (R²) and Sobel test were carried out. The results of the analysis, all variables have a partial effect, where Menu Changes have an effect on Interest in Re-developing, Influence on Interest in Searching Again, Behavior Looking for Variations has an effect on goals. Results Based on this, it is suggested that McDonald's can increase the variety of menus and increase satisfaction so as to increase customer interest in purchasing products at McDonald's restaurants.*

Abstrak: Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh Perilaku Mencari Variasi Menu Terhadap Minat Berkunjung Kembali dengan mediasi Kepuasan (studi terhadap konsumen McDonald’s di Kota Mataram). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di McDonald’s Kota Mataram, sedangkan sampel dari penelitian ini sebanyak 120 konsumen McDonald’s dengan menggunakan Teknik pengambilan purposive sampling. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan SPSS 26.0 for Windows, dimana dilakukan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji analisis jalur, uji signifikansi (uji t), uji koefisien determinasi (R²) dan uji sobel. Berdasarkan hasil analisis, semua variabel berpengaruh secara parsial yang dimana Perilaku Mencari Variasi Menu berpengaruh terhadap Minat Berkunjung kembali, Kepuasan berpengaruh terhadap Minat Berkunjung Kembali, Perilaku Mencari Variasi Menu berpengaruh terhadap Kepuasan. Berdasarkan hasil tersebut maka disarankan agar McDonald’s dapat meningkatkan kualitas variasi menu dan meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mengakibatkan meningkatnya minat pelanggan terhadap pembelian produk di restaurant McDonald’s.



<https://doi.org/10.31764/jseit.v1i1>This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license

A. LATAR BELAKANG

Restoran merupakan salah satu usaha bisnis yang berkembang pesat. Restoran juga tidak hanya menjual makanan dan minuman saja namun juga harus dapat memberikan suasana yang nyaman, tempat yang bersih, sejuk dan juga pelayanan yang memuaskan, karena restoran dapat menjadi fungsi tempat berkumpulnya keluarga, ajang reuni, bahkan perayaan ulangtahun. Restoran cepat saji adalah contoh dari restoran yang berkembang pesat di Indonesia. Restoran seperti ini cenderung makin diminati oleh masyarakat karena cara penyajiannya yang cepat dan suasana serta dekorasi yang nyaman dan santai. Kecenderungan untuk mengkonsumsi makanan siap saji (fast food) meningkat terutama dikalangan generasi muda dan kelompok masyarakat ekonomi menengah keatas di kota-kota besar. Kebiasaan mengonsumsi makanan siap saji sudah menjadi suatu hal yang lumrah bagi kehidupan masyarakat di kota-kota besar. Mobilitas masyarakat yang semakin tinggi menyebabkan konsumen di era sekarang ini lebih memilih makanan yang cepat, murah dan enak. Salah satu restoran cepat saji terbesar di Indonesia adalah McDonald's.

Restoran cepat saji pun kini marak di kunjungi konsumen terutama kalangan mahasiswa dan pekerja kantor yang relatif memiliki aktifitas padat di luar rumah, Yang mendorong mereka untuk selalu mencari variasi atau sesuatu yang bersifat praktis dan instan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari makanan dan minuman di luar rumah, Karena dengan memilih membeli makanan diluar mereka memiliki banyak alternatif dalam memilih menu makanan yang mereka inginkan.

Setiap konsumen memiliki kebutuhan untuk mencari variasi, Pembelian yang berulang memungkinkan adanya kejenuhan sehingga muncul adanya kebutuhan untuk bervariasi. Konsumen yang memiliki tingkat kebutuhan untuk bervariasi tinggi akan mudah tergoda oleh strategi promosi yang dilakukan pemasar dimana terdapat banyak kategori produk atau menu yang muncul dipasaran dengan kelebihanannya masing-masing.

Dengan demikian restoran selalu berusaha menyediakan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen sehingga mencapai kepuasan konsumen.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja di McDonald's kota Mataram . Banyak sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 120 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah "probability sampling" dengan menggunakan sampling purposive. Teknik pengumpulan data menggunakan angket dan online survey, alat pengumpulan data berupa kuisioner yang disebar secara online. Skala pengukuran variabel menggunakan skala likert dari jenjang 1-5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

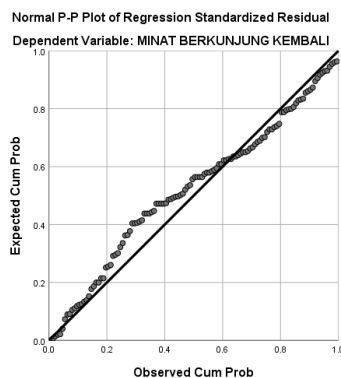
1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013) mengatakan bahwa uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual

memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov untuk uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan uji one sample Kolmogorov-smirnov dari data diatas nilai signifikansi (p value) sebesar 0.062 yang artinya lebih besar dari 0.05 dan disimpulkan bahwa data yang diuji telah berdistribusi normal. Bisa dilihat pada titik-titik gambar diatas mengikuti garis panjang tersebut.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Asnawi dan Masyhuri (2011:118), "Uji *Multikolinieritas* bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar peubah bebas (variabel independen). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolinearitas apabila nilai tolerance > 0.01 dan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2016: 104) dalam (Rohmah, 2019).

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.351	2.251		-1.933	.056		
PERILAKU MENCARI VARIASI MENU	.627	.139	.319	4.502	.000	.408	2.449
KEPUASAN	.667	.079	.602	8.485	.000	.408	2.449

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

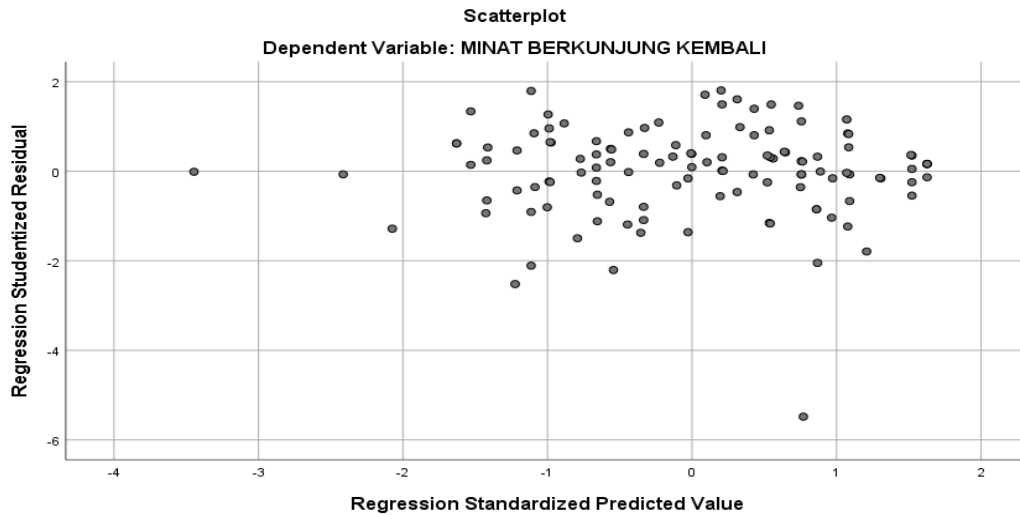
Nilai tolerance variabel Perilaku mencari variasi menu (X) yakni 0,408 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel Perilaku mencari variasi menu (X) dan Kepuasan (Z) yakni 2.449 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas atau data bebas dari multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain. Pengujian pada uji heterokedastisitas adalah dengan melihat sebaran residual. Apabila sebara residual membentuk suatu pola yang tearah maka pada penelitian terjadi gejala heterokedastisitas dan apabila secara residual tidak membentuk suatu pola maka pada penelitian tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Pada uji Heterokedastisitas pada pengujian penelitian menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas karena sebaran residual membentuk penyebaran titik – titik data tidak berpola.

2. Path analysis

Path Analysis atau analisis jalur Menurut Sarwono (2011) merupakan teknik analisi yang digunakan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang inheren antar variabel yang disusun berdasarkan urutan temporer dengan menggunakan koefisien jalur sebagai besaran nilai dalam menentukan besarnya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endoegen.

Tabel 2. Hasil Uji Path analysis I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.888	2.636		.337	.737
	Perilaku mencari variasi menu	1.364	.104	.769	13.077	.000

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Z = 0,888 + 1.364 + e1$$

Tabel 3. Hasil Uji Path analysis II

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.351	2.251		-	.056
	PERILAKU Mencari VARIASI M,ENU	.627	.139	.319	4.502	.000
	KEPUASAN	.667	.079	.602	8.485	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = - 4.351 + 0,627 + 0,667 + e_2$$

3. Uji T

Menurut Ferdinand (2014:239) tujuan Uji t adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variable dependen.

Tabel 4. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.888	2.636		.337	.737
	Perilaku mencari variasi menu	1.364	.104	.769	13.077	.000

a. Dependent Variable: kepuasan

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Diketahui bahwa nilai t hitung untuk Perilaku mencari variasi menu adalah sebesar 13.077. Dimana ini akan dibandingkan dengan nilai t tabel distribusi t. dengan jumlah sampel yang ada pada penelitian ini adalah berjumlah 120 dan taraf signifikansi sebesar 0,05 dengan derajat df = 120, dengan nilai t yang didapatkan sebesar 1,981. Artinya bahwa nilai t hitung lebih besar dibandingkan t tabel (13,077 > 1,981)

4. Koefisien Determinasi

Uji Koefisiensi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai R² yang semakin mendekati 1, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Koefisiensi determinasi yang digunakan Adjusted R Square dapat naik turun apabila satu variabel independen, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, (Ghozali, 2013).

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 ^a	.612	.609	4.304

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Besarnya nilai Adjust R Square adalah sebesar 0,609 atau 6,09%, sementara sisanya 93,91% hal ini menunjukkan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.760	.756	3.401

a. Predictors: (Constant), Z, X

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Besarnya nilai Adjust R Square adalah sebesar 0,756 atau 7,56%, sementara sisanya 92,44% hal ini menunjukkan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5. Uji Sobel

Menurut Ghozali (2018) uji sobel dilakukan untuk menguji pengaruh tidak langsung variabel X ke Y melalui Z.

Tabel 6. Hasil Uji Sobel I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.759	2.847		-1.320	.189
	PRILAKU MENCARI VARIASI MENU	1.536	.113	.782	13.639	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

Sumber: Data Diolah menggunakan SPSS, 2022

Dari hasil tabel regresi diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi *perilaku mencari variasi menu* terhadap *minat berkunjung kembali* sebesar 1,536 dengan standar error 0,113 dan nilai signifikansi 0,000. Sehingga *perilaku mencari variasi menu* signifikan berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung Kembali.

**Tabel 7. Hasil Uji Sobel II
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.351	2.251		-1.933	.056
PRILAKU MENCARI VARIASI MENU	.627	.139	.319	4.502	.000
KEPUASA N	.667	.079	.602	8.485	.000

a. Dependent Variable: MINAT BERKUNJUNG KEMBALI

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi kepuasan terhadap minat berkunjung kembali 0,667 dengan standart error 0,079 dan signifikansi 0,000. Sehingga kepuasan signifikan berpengaruh langsung terhadap minat berkunjung Kembali.

C. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku mencari variasi menu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung Kembali pada restaurant McDonald's di Kota Mataram. Artinya bahwa semakin tinggi Perilaku mencari variasi menu terhadap konsumen saat pembelian produk pada restaurant McDonald's maka minat berkunjung Kembali akan semakin tinggi.
2. Kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Minat berkunjung Kembali pada restaurant McDonald's di Kota Mataram. Artinya bahwa semakin tinggi kepuasan konsumen akan pembelian produk pada restaurant McDonald's maka minat berkunjung Kembali akan semakin meningkat untuk melakukan pembelian pada restaurant McDonald's di Kota Mataram.
3. Perilaku mencari variasi menu memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pada restaurant McDonald's di Kota Mataram. Artinya bahwa semakin kuat perilaku mencari variasi menu yang dilakukan oleh restaurant McDonald's di Kota Mataram maka semakin tinggi kepuasan terhadap restaurant McD di Kota Mataram

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian saran yang dapat diberikan adalah, bagi peneliti selanjutnya, penggalan ketiga variabel ini untuk diteliti dapat terus dilakukan. Dan juga bisa menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti, Harga, Kualitas produk dan Citra merek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh konsumen McDonald's karena telah menjadi responden dalam penelitian saya ini dan juga terima kasih pada perusahaan McDonald's.

REFERENSI

- Adrian Azhar Wijanarko. (2019). *Implikasi Perilaku Pencarian Variasi Sebagai Perilaku Psikologis Terhadap Aspek Manajerial* Vol. 1 No 1.
- Andriadi 2013, *Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Dan Citra Merek Telkom Flexi Terhadap Minat Beli Ulang*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol 1, no.2 , hal 639-649
- Amrina Rasyada Suwandi, Whyosi Septrizola. (2015). *Pengaruh Iklan Dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap Brand Switchingkartu Seluler Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*. *Jurnal Praktik Bisnis*, Volume 4, Nomor 1.
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iwan Cerialy Irawan dkk (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Kartika*. Cipta Anugrah Bandung Vol. 6 No.2
- Holil Pujiyati dan I Putu Gde Sukaatmadja. (2020) *Anteseden Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Spiritual Di Bali (The Antecedent Of Spiritual Tourist Revisit Intention In Bali)*. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 9, No. 1, : 21-39 ISSN : 2302-8912 DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i01.p0221>.
- Ishadi. (2012). *Analisis Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Iklan Pesaing Dan Perilaku Mencari Variasi Terhadap Perilaku Perpindahan Merek Pada Konsumen Shampo Sunsilk*. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
- Lilis Cucu Sumartini dan Dini Fajriany Ardining Tias .(2019) *Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja*. Akademi Teknologi Bogor [Vol 3 No 2](#)
- Malhotra, N.K., 2009, *Riset Pemasaran*, Edisi keempat, Jilid 1, PT Indeks, Jakarta
- Mowen dan Minor. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jilid 1, Edisi Kelima. Erlangga, Jakarta.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga
- Nadya Damayanty Utami dan Augusty Tae Ferdinand. (2018). *Analisis Peningkatan Minat Berkunjung Kembali Pada Wisatawan Melalui Citra Wisata Dan Nilai Budaya (Studi Pada Kota Kuningan, Jawa Barat)* *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* halaman 207-221.
- Nasution. (2003). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung : Tarsito
- Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari . (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 4, No. 8, 2318-2332 ISSN: 2302-8912 2318
- Ni Nyom an Ayu Wiratini M, dkk. 2018. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjung Kembali Wisatawan Pada Daya tarik Wisata Di Kabupaten Bandung*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali, Indonesia

- Otavia Rianti, H. W. (2017). *Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, hal : 1-19.
- Saputra, V. N., Mulyati, A., & Andayani, S. (2015). *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Cita Rasa, dan Higienitas Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Ice Cream Zangrandi Surabaya)*. Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis, 1(2), 1–14. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/adbis/article/view/2322>
- Schiffman, L. G. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. (Edisi 7). Indeks.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L., 2008, *Prilaku Konsumen*, Indeks, Jakarta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy & Candra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Edisi Kedua.
- William Christopher, Edwin Japarianto 2014, *Analisis pengaruh ekuitas merek terhadap minat beli konsumen ice cream di de Bolivia Surabaya*, jurnal manajemen perhotelan . hal 4