
PENGARUH VARIASI MENU SEAFOOD GONGGONG TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ANEKA SEFOOD KELONG SEBONG PEREH BINTAN**Oleh****Dayang Nisyrina Nurubay¹, Heri Nuryanto², Tirta Mulyadi³, Hendra Syaiful⁴****^{1,2,3,4}Manajemen Kuliner/Batam Tourism Polytechnic****E-mail: ¹dayangnisyrina03@gmail.com, ²heri@btp.ac.id, ³tirta@btp.ac.id,****⁴hendra@btp.ac.id**

Article History:*Received: 02-12-2025**Revised: 28-12-2025**Accepted: 05-01-2026***Keywords:***Variasi Menu,**Keputusan**Pembelian, Gonggong,**Kuliner Lokal, UMKM*

Abstract: Industri kuliner berbasis kearifan lokal memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata daerah, khususnya di wilayah pesisir seperti Kabupaten Bintan. Salah satu produk kuliner khas daerah yang memiliki potensi besar adalah seafood gonggong. Namun, dinamika persaingan usaha kuliner menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya melalui pengembangan variasi menu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variasi menu seafood gonggong terhadap keputusan pembelian konsumen di Aneka Seafood Kelong Sebong Pereh, Kabupaten Bintan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap konsumen yang pernah melakukan pembelian menu gonggong. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Keberagaman jenis olahan, perbedaan cita rasa, inovasi penyajian, serta kreativitas pengembangan menu berbasis bahan baku lokal terbukti mampu meningkatkan minat, keyakinan, dan kecenderungan pembelian ulang konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa pengembangan variasi menu merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kuliner berbasis kearifan lokal di daerah tujuan wisata.

PENDAHULUAN

Industri kuliner memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif dan pengembangan pariwisata daerah, khususnya di wilayah pesisir dan kepulauan seperti Kabupaten Bintan. Sektor ini tidak hanya berfungsi sebagai penyedia kebutuhan konsumsi, tetapi juga menjadi media promosi budaya lokal serta daya tarik utama bagi wisatawan. Berbagai penelitian dalam lima tahun terakhir menegaskan bahwa kuliner khas daerah mampu memperkuat citra destinasi wisata dan memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal, terutama melalui peningkatan aktivitas UMKM kuliner berbasis kearifan lokal (Pratiwi & Suryawardani, n.d.; Schiffman & Wisenblit, 2020).

Salah satu kuliner khas yang memiliki nilai historis dan budaya tinggi di Kabupaten

Bintan adalah seafood gonggong. Gonggong merupakan jenis siput laut yang telah lama dikonsumsi oleh masyarakat pesisir Kepulauan Riau dan dikenal luas sebagai identitas kuliner daerah. Keunikan bahan baku serta keterkaitannya dengan budaya lokal menjadikan gonggong memiliki potensi besar sebagai produk unggulan wisata kuliner. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa wisatawan cenderung memiliki minat lebih tinggi terhadap makanan khas daerah yang bersifat autentik dan tidak mudah ditemukan di wilayah lain (Hapsari & Supriadi, 2022; Suryani, 2021).

Perkembangan industri kuliner yang semakin dinamis turut meningkatkan tingkat persaingan antar pelaku usaha. Konsumen saat ini tidak lagi hanya mempertimbangkan aspek rasa, tetapi juga memperhatikan variasi menu, inovasi produk, dan pengalaman konsumsi secara keseluruhan dalam menentukan keputusan pembelian. Studi empiris menunjukkan bahwa variasi menu merupakan salah satu strategi diferensiasi produk yang efektif dalam menarik perhatian konsumen, meningkatkan persepsi nilai, serta mendorong keputusan pembelian dan pembelian ulang (Hanaysha, 2021; Kim & Jang, 2021).

Variasi menu dalam konteks usaha kuliner tidak hanya diartikan sebagai banyaknya pilihan makanan, tetapi juga mencakup perbedaan metode pengolahan, kombinasi bumbu, tingkat kematangan, tampilan penyajian, serta kreativitas dalam mengolah bahan baku yang sama menjadi berbagai alternatif menu. Sejumlah penelitian menyimpulkan bahwa menu yang variatif mampu mengurangi kejenuhan konsumen, meningkatkan kepuasan, serta memperkuat daya saing usaha kuliner, khususnya pada restoran yang mengandalkan bahan baku lokal sebagai produk utama (Hatijah et al., 2019; Pratiwi & Suryawardani, n.d.; Putra & Puspitawati, 2023).

Aneka Seafood Kelong Sebondong Pereh merupakan salah satu usaha kuliner di Kabupaten Bintan yang menjadikan seafood gonggong sebagai menu unggulan. Berdasarkan data internal yang diperoleh dari pihak pengelola, jumlah konsumen atau pengunjung selama enam bulan terakhir tercatat sekitar 1.500 orang yang berarti per satu bulan jumlah kunjungannya itu 250 orang (Mulyadi et al., 2025), dan angka tersebut belum termasuk tambahan pengunjung dari kegiatan event khusus seperti acara pernikahan (wedding) dan kegiatan privat lainnya yang kerap diselenggarakan di lokasi restoran. Data ini menunjukkan bahwa usaha tersebut memiliki basis konsumen yang relatif stabil serta potensi pasar yang masih dapat dikembangkan secara optimal.

Meskipun memiliki jumlah pengunjung yang cukup tinggi, keputusan pembelian konsumen tidak semata-mata ditentukan oleh keunikan bahan baku gonggong. Tanpa pengembangan variasi menu yang inovatif dan sesuai dengan preferensi konsumen, produk kuliner lokal berpotensi mengalami penurunan daya tarik di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian terdahulu menegaskan bahwa peningkatan jumlah pengunjung perlu diimbangi dengan strategi variasi menu yang tepat agar konsumen tidak hanya datang, tetapi juga terdorong untuk melakukan pembelian yang lebih beragam dan bernilai lebih tinggi (Hanaysha, 2021).

konsumen yang berbeda dengan pengunjung reguler. Konsumen event umumnya memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap keberagaman menu, tampilan sajian, dan inovasi produk. Beberapa studi menunjukkan bahwa variasi menu menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada segmen acara khusus dan konsumsi kelompok (Putra & Puspitawati, 2023). Kondisi ini semakin menegaskan

pentingnya pengembangan variasi menu seafood gonggong sebagai strategi pemasaran yang berorientasi pada kebutuhan pasar.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian mengenai pengaruh variasi menu seafood gonggong terhadap keputusan pembelian konsumen masih relevan dan penting untuk dilakukan, khususnya pada konteks usaha kuliner lokal di Kabupaten Bintan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur pemasaran kuliner berbasis kearifan lokal, serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku UMKM kuliner dalam merancang strategi variasi menu yang inovatif, berdaya saing, dan berorientasi pada konsumen.

LANDASAN TEORI

1. Variasi Menu

Variasi menu merupakan pendekatan strategis yang digunakan pelaku usaha kuliner untuk menghadirkan pilihan produk yang beragam sesuai dengan karakteristik dan selera konsumen. Dalam kajian pemasaran, variasi produk dipahami sebagai upaya perusahaan dalam menyediakan sejumlah alternatif produk yang memiliki perbedaan dari segi bentuk, kualitas, maupun karakteristik lainnya guna meningkatkan daya tarik pasar (Kotler & Keller, 2022). Pada konteks usaha kuliner, variasi menu tidak semata-mata diukur dari banyaknya pilihan makanan, tetapi juga meliputi perbedaan teknik pengolahan, perpaduan bahan, cita rasa, tingkat kematangan, serta kreativitas dalam penyajian (Manajemen et al., 2025).

Sejumlah penelitian menyatakan bahwa menu yang disusun secara variatif mampu meningkatkan persepsi nilai yang dirasakan konsumen, karena konsumen memiliki keleluasaan dalam menentukan pilihan sesuai dengan preferensi mereka (Hanaysha, 2021). Keberagaman menu juga berperan dalam mencegah kejenuhan, terutama pada konsumen yang melakukan kunjungan berulang ke restoran yang sama (Pratiwi & Suryawardani, n.d.). Oleh karena itu, variasi menu menjadi elemen penting dalam membangun daya tarik dan keunggulan kompetitif usaha kuliner.

Dalam pengembangan kuliner berbasis bahan baku lokal, variasi menu memiliki fungsi strategis untuk menciptakan inovasi tanpa menghilangkan identitas asli produk. Pengolahan bahan lokal menjadi berbagai jenis menu memungkinkan pelaku usaha mempertahankan nilai autentik sekaligus menyesuaikan produk dengan selera pasar modern (Pratiwi & Suryawardani, n.d.). Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variasi menu berbasis kearifan lokal berkontribusi terhadap peningkatan daya saing usaha dan penguatan citra kuliner daerah (Sari & Fauzi, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, indikator variasi menu dalam penelitian ini meliputi keberagaman jenis olahan gonggong, variasi cita rasa, inovasi penyajian, serta kreativitas dalam pengembangan menu.

2. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan hasil dari serangkaian proses pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk atau jasa. Proses tersebut mencakup pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian berbagai alternatif, keputusan membeli, hingga evaluasi setelah pembelian (Schiffman & Wisenblit, 2020). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam diri konsumen maupun dari lingkungan eksternal, seperti kualitas produk, harga, promosi, dan

variasi menu yang ditawarkan (Tjiptono & Chandra, 2020).

Dalam industri kuliner, keputusan pembelian tidak hanya didasarkan pada aspek fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh pengalaman dan emosi konsumen. Konsumen cenderung mempertimbangkan keunikan menu, kesesuaian rasa dengan selera, serta pengalaman bersantap secara keseluruhan sebelum memutuskan untuk membeli (Ryu, n.d.). Beberapa penelitian membuktikan bahwa keberagaman menu memberikan pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, karena konsumen merasa memiliki lebih banyak alternatif dalam menentukan pilihan (Hanaysha, 2021; Kim & Jang, 2021).

Selain itu, keputusan pembelian berkaitan erat dengan tingkat kepuasan konsumen. Konsumen yang merasa puas terhadap variasi menu yang tersedia cenderung menunjukkan keputusan pembelian yang lebih kuat dan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang (Rahmawati & Yusuf, 2022; Widodo & Wahyuni, 2022). Dengan demikian, keputusan pembelian dapat digunakan sebagai indikator untuk menilai efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku usaha kuliner.

Indikator keputusan pembelian dalam penelitian ini mencakup ketertarikan konsumen untuk membeli, keyakinan dalam memilih menu, kesesuaian menu dengan preferensi, serta keinginan untuk melakukan pembelian ulang.

3. Hubungan Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian

Variasi menu dan keputusan pembelian memiliki keterkaitan yang kuat dalam kajian pemasaran kuliner. Teori pemasaran menjelaskan bahwa diferensiasi produk melalui pengembangan variasi menu dapat meningkatkan daya tarik produk dan mendorong minat beli konsumen (Kotler & Keller, 2022). Menu yang beragam mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan konsumen yang beragam, sehingga meningkatkan kepercayaan dan ketertarikan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Berbagai penelitian empiris dalam lima tahun terakhir menunjukkan bahwa variasi menu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada sektor restoran dan UMKM kuliner (Hanaysha, 2021; Pratiwi & Suryawardani, n.d.; Putra & Puspitawati, 2023). Konsumen cenderung lebih terdorong untuk melakukan pembelian ketika dihadapkan pada pilihan menu yang inovatif dan menarik. Kondisi ini menjadi semakin penting bagi usaha kuliner yang mengandalkan bahan baku lokal, karena inovasi menu menjadi kunci dalam menjaga minat dan loyalitas konsumen.

Dalam konteks penelitian ini, variasi menu seafood gonggong dipandang sebagai faktor strategis yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di Aneka Seafood Kelong Sebang Pereh. Keberagaman olahan gonggong diharapkan mampu meningkatkan minat beli, memperkaya pengalaman konsumsi, serta mendorong konsumen untuk mengambil keputusan pembelian yang lebih bernilai. Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, dapat dirumuskan hipotesis bahwa variasi menu seafood gonggong berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tabel 1. Hasil Indikator Dan Peneliti Terdahulu

No	Variabel	Indikator	Sumber Penelitian
1	Variasi Menu (X)	Keberagaman jenis menu yang ditawarkan	(Kotler & Keller, 2022).
2	Variasi Menu (X)	Perbedaan cita rasa pada setiap menu	(Kotler & Keller, 2022).
3	Variasi Menu (X)	Inovasi dalam pengolahan dan penyajian menu	(Kotler & Keller, 2022).
4	Variasi Menu (X)	Kreativitas menu berbasis bahan baku lokal	(Kotler & Keller, 2022).
5	Keputusan Pembelian (Y)	Ketertarikan konsumen untuk membeli	(Schiffman & Wisenblit, 2020)
6	Keputusan Pembelian (Y)	Keyakinan dalam memilih produk/menu	pembelian (Schiffman & Wisenblit, 2020)
7	Keputusan Pembelian (Y)	Kesesuaian menu dengan selera dan kebutuhan	pembelian (Schiffman & Wisenblit, 2020)
8	Keputusan Pembelian (Y)	Keinginan melakukan pembelian ulang	pembelian (Schiffman & Wisenblit, 2020)

Sumber: Jurnal Jurnal terdahulu

METODE PENELITIAN

Penelitian ini ditulis dan dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel X (variasi menu seafood gonggong) terhadap variabel Y (keputusan pembelian konsumen) di Aneka Seafood Kelong Sebong Pereh, Kabupaten Bintan (Ismanto & Rais, 2024). Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode survei guna mengkaji pengaruh variasi menu seafood gonggong terhadap keputusan pembelian konsumen di Aneka Seafood Kelong Sebong Pereh, Kabupaten Bintan. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian berfokus pada pengujian hubungan antarvariabel berdasarkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik (Camelia & Suryoko, 2017).

Desain Penelitian

Penelitian ini tergolong penelitian asosiatif dengan desain kausal, yakni penelitian yang dirancang untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, sekaligus menilai kekuatan serta signifikansi hubungan tersebut (Sahirah, 2019). Dalam konteks ini, variasi menu berperan sebagai variabel independen, sedangkan keputusan pembelian merupakan variabel dependen yang dijelaskan melalui hubungan sebab-akibat antara keduanya. Pengumpulan data dilakukan secara potong lintang (cross-sectional), yaitu pada satu periode waktu tertentu tanpa pengamatan berulang (Sugiyono, 2020).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan di Aneka Seafood Kelong Sebong Pereh, Kabupaten Bintan, yang dikenal sebagai salah satu restoran seafood dengan menu gonggong sebagai produk

unggulan. Pelaksanaan penelitian disesuaikan dengan jadwal operasional restoran dan ketersediaan responden.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dimaknai sebagai keseluruhan unit yang menjadi sasaran generalisasi, yaitu semua objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan fokus kajian. Populasi berfungsi sebagai sumber utama data penelitian (Sulistiyowati, 2017). Sehingga ketepatan peneliti dalam mendefinisikan dan menetapkan sangat berpengaruh terhadap tingkat validitas serta keterwakilan temuan yang dihasilkan. Populasi penelitian mencakup seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian menu seafood gonggong di Aneka Seafood Kelong Sebung Pereh. Berdasarkan data internal pengelola, jumlah pengunjung selama enam bulan terakhir mencapai sekitar 1.500 orang. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10 persen, sehingga diperoleh 100 responden (Ismanto & Rais, 2024). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penarikan sampel di mana peneliti secara sengaja memilih anggota sampel dari populasi berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang relevan dengan topik penelitian (Fitriyanti et al., 2024). dengan kriteria responden pernah mengonsumsi menu gonggong minimal satu kali (Sugiyono, 2020).

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang diisi langsung oleh responden, sedangkan data sekunder bersumber dari literatur ilmiah, dokumen pendukung, serta data internal dari pihak pengelola restoran yang relevan dengan penelitian (Sugiyono, 2022).

Teknik Pengumpulan Data

Dalam kuesioner dengan skala tertutup, responden diminta memilih satu opsi jawaban dari pilihan yang telah ditentukan peneliti, sehingga proses pengkodean dan analisis data menjadi lebih efisien karena setiap jawaban sudah terkelompok dalam kategori yang jelas (Sugiyono, 2020). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner tertutup yang disusun menggunakan skala Likert merupakan salah satu bentuk skala tertutup yang digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, atau opini responden terhadap suatu pernyataan melalui beberapa tingkat mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, di mana setiap pernyataan dirumuskan berdasarkan indikator masing-masing variabel yang telah ditetapkan pada landasan teori (Ardiansyah et al., 2023).

Variabel dan Definisi Operasional

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variasi menu seafood gonggong, yang diukur melalui indikator keberagaman jenis menu, variasi cita rasa, inovasi penyajian, dan kreativitas pengolahan (Rusdi et al., 2023). Variabel terikat adalah keputusan pembelian konsumen, yang diukur melalui indikator minat membeli, keyakinan dalam memilih menu, kesesuaian menu dengan preferensi konsumen, serta keinginan untuk melakukan pembelian ulang (Tiana & Nurhadi, 2024).

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak statistik. Tahapan analisis meliputi pengujian validitas dan reliabilitas instrumen untuk memastikan kualitas kuesioner, dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas dan uji

heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi linier sederhana guna mengetahui pengaruh variasi menu seafood gonggong terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 10 persen (Prastiwi & Handayani, 2024).

Alur Penelitian

Secara konseptual, tahapan penelitian dimulai dari perumusan masalah, penyusunan instrumen penelitian, pengumpulan data lapangan, pengolahan dan analisis data, hingga penarikan kesimpulan sebagai dasar rekomendasi penelitian (Haura Hanifah et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Table 2. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Koefisien Korelasi (r)	Sig. (2-tailed)	Keterangan
1	X	X1_1	0,642	0,000	Valid
2	X	X1_2	0,529	0,000	Valid
3	X	X1_3	0,605	0,000	Valid
4	X	X1_4	0,454	0,000	Valid
5	X	X1_5	0,490	0,000	Valid
6	X	X1_6	0,584	0,000	Valid
7	X	X1_7	0,445	0,000	Valid
8	X	X1_8	0,590	0,000	Valid
9	Y	Y1_1	0,649	0,000	Valid
10	Y	Y1_2	0,484	0,000	Valid
11	Y	Y1_3	0,620	0,000	Valid
12	Y	Y1_4	0,394	0,000	Valid
13	Y	Y1_5	0,610	0,000	Valid
14	Y	Y1_6	0,531	0,000	Valid
15	Y	Y1_7	0,679	0,000	Valid
16	Y	Y1_8	0,681	0,000	Valid

Sumber: SPSS 2025

Uji validitas bertujuan untuk menilai kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel penelitian yang ditetapkan. Pengujian validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, yaitu dengan mengkorelasikan skor masing-masing item dengan skor total variabel. Pengujian dilakukan pada tingkat kesalahan 10% ($\alpha = 0,10$) dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel X (X1_1 hingga X1_8) memiliki nilai koefisien korelasi yang bernilai positif serta nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) kurang dari 0,10. Koefisien korelasi antara masing-masing item dengan skor total variabel X berada pada rentang 0,445 sampai 0,642, yang menandakan adanya keterkaitan yang cukup kuat antara item pernyataan dengan konstruk variabel yang diukur. Oleh karena itu, seluruh item pada variabel X dinyatakan valid.

Selanjutnya, pengujian validitas terhadap variabel Y (Y1_1 hingga Y1_8) juga menunjukkan hasil yang serupa. Seluruh item memiliki koefisien korelasi positif terhadap skor total variabel Y dengan nilai signifikansi di bawah 0,10. Nilai koefisien korelasi item terhadap total skor variabel Y berada dalam rentang 0,394 sampai 0,681, yang mengindikasikan bahwa setiap item mampu merepresentasikan variabel Y secara memadai. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada variabel Y dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner telah memenuhi kriteria validitas, sehingga instrumen penelitian dinilai layak untuk digunakan pada tahap analisis selanjutnya, seperti uji reliabilitas dan pengujian hipotesis.

Uji Reabelitas

Tabel 3. Hasil Uji Reabelitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	16

Sumber: SPSS 2025

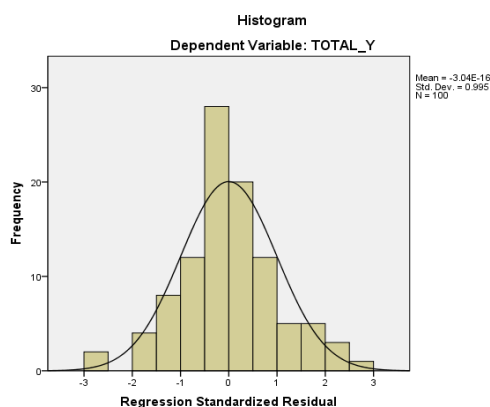
Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha terhadap 16 item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,838 lebih besar dibandingkan dengan r tabel sebesar 0,2324. Hal ini mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha tersebut juga telah melampaui batas minimum reliabilitas yang disyaratkan, yaitu 0,70.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data, serta mampu memberikan hasil pengukuran yang stabil dan konsisten pada tahap analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gamabar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: SPSS 2025

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual pada model regresi berdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan Histogram Regression Standardized Residual dengan variabel dependen TOTAL_Y dan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

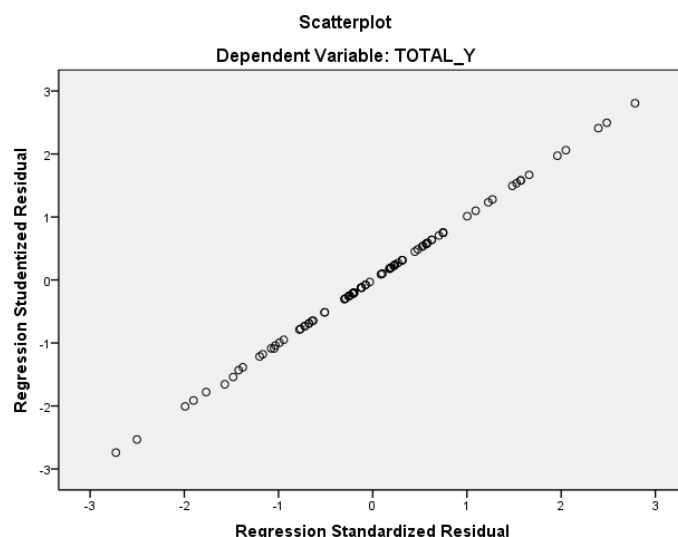
Berdasarkan hasil histogram, terlihat bahwa sebaran data residual membentuk pola menyerupai kurva lonceng (bell-shaped curve) dan mengikuti garis distribusi normal. Sebagian besar nilai residual berada di sekitar nilai tengah (mean), dengan penyebaran yang relatif seimbang antara sisi kiri dan kanan kurva.

Selain itu, nilai mean residual sebesar $-3,04E-16$ (mendekati nol) dan standar deviasi sebesar 0,995 (mendekati 1) menunjukkan bahwa residual telah terstandarisasi dengan baik. Tidak tampak adanya penyimpangan ekstrem (outlier) yang signifikan yang dapat mengganggu asumsi normalitas.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual dalam model regresi berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: SPSS 2025

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan scatterplot antara Regression Standardized Residual dan Regression Studentized Residual.

Berdasarkan scatterplot yang dihasilkan, terlihat bahwa titik-titik residual menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, seperti pola kipas (mengembang atau menyempit), gelombang, maupun pola sistematis lainnya. Penyebaran titik residual terjadi baik di atas maupun di bawah garis nol dan relatif merata di sepanjang sumbu.

Tidak adanya pola yang jelas pada sebaran titik residual menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan pada setiap nilai prediktor. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

Oleh karena itu, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi homoskedastisitas, sehingga layak digunakan untuk analisis regresi dan pengujian hipotesis lebih lanjut.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Variasi Menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t (parsial) pada model regresi linier sederhana dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (dan juga memenuhi kriteria pada $\alpha = 0,10$).

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H_0 (Hipotesis nol): Variasi Menu tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. H_1 (Hipotesis alternatif): Variasi Menu berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai t hitung sebesar 16,891 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$ dan $\alpha = 0,10$). Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa Variasi Menu berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian, semakin baik variasi menu yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian konsumen.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.160	1.510		2.093	.039
Variasi Menu	.897	.053	.863	16.891	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: SPSS 2025

Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui pengaruh Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,160 + 0,897X \quad \text{atau} \quad Y = 3,160 + 0,897X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 3,160 berarti apabila variabel Variasi Menu dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Keputusan Pembelian sebesar 3,160. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh Variasi Menu, masih terdapat tingkat dasar Keputusan Pembelian.

Koefisien regresi variabel Variasi Menu sebesar 0,897 bernilai positif, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan Variasi Menu akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,897 satuan. Dengan demikian, Variasi Menu memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Variasi Menu memiliki nilai t hitung sebesar 16,891 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$ maupun $\alpha = 0,10$). Hal ini menunjukkan bahwa Variasi Menu berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Selain itu, nilai Standardized Coefficient (Beta) sebesar 0,863 menunjukkan bahwa

Variasi Menu memiliki pengaruh yang kuat terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Variasi Menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sehingga hipotesis penelitian yang menyatakan adanya pengaruh Variasi Menu terhadap Keputusan Pembelian diterima.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variasi menu seafood gonggong berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Aneka Seafood Kelong Sebondong Perek, Kabupaten Bintan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin beragam dan inovatif menu yang ditawarkan, semakin besar kecenderungan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Variasi menu yang mencakup keberagaman olahan, perbedaan cita rasa, inovasi penyajian, serta kreativitas pengembangan menu berbasis bahan baku lokal terbukti berperan penting dalam meningkatkan minat dan keyakinan konsumen. Dengan demikian, pengembangan variasi menu yang berorientasi pada preferensi konsumen dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kuliner berbasis kearifan lokal.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak Aneka Seafood Kelong Sebondong Perek, Kabupaten Bintan, yang telah memberikan izin serta dukungan selama proses pengumpulan data penelitian. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada dosen pembimbing dan pihak-pihak yang telah memberikan arahan, masukan, serta dukungan akademik sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian pemasaran kuliner berbasis kearifan lokal serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- [2] Camelia, S. B., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Keragaman Menu, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Restoran D'Cost Seafood Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 426–432. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16735>
- [3] Fitriyanti, R., Agustin Prihatina, R., & Shabrina, Z. (2024). PENGARUH KONSUMSI FAST FOOD TERHADAP KEJADIAN OBESITAS PADA MAHASISWA GIZI UNIVERSITAS MH. THAMRIN The Influence of Fast Food Consumption on The Incidence of Obesity in Nutrition Students of MH. Thamrin University. *Jurnal Sains Kesehatan*, 31(1), 20–25.
- [4] Hanaysha, J. R. (2021). Impact of Product Variety on Customer Satisfaction and Purchase Decision. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59, 102385.
- [5] Hapsari, R., & Supriadi, B. (2022). Culinary Authenticity and Tourist Purchase

- Intention. *Tourism and Hospitality Research*, 22(4), 567–579.
- [6] Hatijah, S., Rahma, L., & Fadli, M. (2019). Pemanfaatan siput gonggong di wilayah pesisir Pulau Bintan. *[Nama Jurnal/Buku]*, *[Volume]*(*[Issue]*), [Halaman awal]-[Halaman akhir].
- [7] Haura Hanifah, Lathifa Salsabillah, Allisa Tazkia Fitri, Riska Mona Febriani, Rully Hidayatullah, & Harmonedi. (2025). Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan. *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 391–404. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.989>
- [8] Ismanto, W., & Rais, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Jajanan Tradisional terhadap Minat Beli Gen Z di Pasar Penuin Kota Batam. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 2307–2318. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i3.900>
- [9] Kim, M.-S., & Jang, S. S. (2021). Menu Innovation and Customer Purchase Behavior in Restaurants. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(4), 1415–1434.
- [10] Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- [11] Manajemen, J. I., Kewirausahaan, E., Zulfikar, F., Wulandari, S., Hasibuan, M. Z., & Rahmat, M. (2025). *Pengaruh Variasi Menu , Harga , dan Layanan Delivery terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Garuda Medan Johor Management Study Program , Faculty of Economics and Business , UMN Al-Washliyah , dalam keputusan pembelian pelanggan , terutama di era digita. November*, 128–143.
- [12] Mulyadi, T., Ilham, W., Atmaja, H. S., & Yusuf, A. R. (2025). Social Assistance At Yaa Bunayya Orphanage, Batam City, Riau Islands Province. *JURNAL KEKER WISATA*, 3(1), 76–82. <https://doi.org/10.59193/jkw.v3i1.324>
- [13] Prastiwi, L., & Handayani, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Focallure. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(3), 283–292. <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i3.art6>
- [14] Pratiwi, L. P. E., & Suryawardani, I. G. A. O. (n.d.). *Peran Kuliner Lokal dalam*.
- [15] Putra, I. M. Y., & Puspitawati, N. M. D. (2023). Pengaruh Variasi Menu terhadap Minat Beli Wisatawan Kuliner. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 17(2), 109–120.
- [16] Rahmawati, N., & Yusuf, M. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Kuliner Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 233–245.
- [17] Rusdi, A., Syahputra, E., & Wardhani, K. (2023). Pengaruh Variasi Menu, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Laue Burger Bar Kediri. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 01(05), 50–60.
- [18] Ryu, K. (n.d.). *No Title*.
- [19] Sahirah, E. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3, 1–9.
- [20] Sari, N., & Fauzi, A. (2023). Strategi Diferensiasi Produk pada UMKM Kuliner Pesisir. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 4(1), 21–32.
- [21] Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2020). *Consumer Behavior* (13th ed.). Pearson Education.
- [22] Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D* (pp. 230–235).
- [23] Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian 2022* SUGIYONO. <https://www.scribd.com/document/691644831/Metode-Penelitian-2022-SUGIYONO>

-
- [24] Sulistiyowati, W. (2017). Buku Ajar Statistika Dasar. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- [25] Suryani, T. (2021). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Graha Ilmu.
- [26] Tiana, A., & Nurhadi, A. (2024). Pengaruh Variasi Menu dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Waroeng Spesial Sambal “SS” Cabang Jatinangor. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 1608–1618. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- [27] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik*. Andi.
- [28] Widodo, A., & Wahyuni, S. (2022). Pengaruh Inovasi Menu terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Restoran. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 20(3), 612–623.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN