



Pengaruh Keragaman Menu, Cita Rasa dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro

Yuli Handayani^{1*}, Arina Sovia², O,P, Bismark³

^{*1,2,3} Manajemen, STIE Widyaswara Indonesia, Indonesia

^{1*}handayaniyuli822@gmail.com, ²Sovia0547@gmail.com, ³opbismark402@email.com

Corresponding Author

Nama Penulis : Yuli Handayani

E-mail : handayaniyuli822@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran dan menganalisis pengaruh keragaman menu, cita rasa dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kasual. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada pengunjung Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro dengan menggunakan skala likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji f. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian berada pada kategori kuat dengan nilai TCR. Minat beli 65,075 %, keragaman menu 63,03%, cita rasa 65,47% dan lokasi 65,775 %. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel keberagaman menu berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di buktikan dengan nilai t hitung sebesar 6,504. > t tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05. variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di buktikan dengan nilai t hitung 2,835 > t tabel 1,661, dan nilai signifikansi 0,006 < 0,05. Selanjutnya variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai t hitung -0,149 < t tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,882 > 0,05. Hasil uji ANOVA atau uji F menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 103,586. Dengan demikian F hitung > F tabel 3,09 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 yang artinya H₀ ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Keberagaman Menu (X₁), Cita Rasa (X₂), dan Lokasi (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro..

Kata kunci: Minat Beli Konsumen Keragaman Menu, Cita Rasa dan Lokasi

Abstract

This study aims to describe and analyze the influence of menu variety, taste, and location on consumers' purchase intention at the RTH Solok Selatan Food Court in Padang Aro. This research employed a quantitative method with descriptive and causal approaches. The data were collected through questionnaires distributed to visitors of the RTH Solok Selatan Food Court in Padang Aro using a Likert scale. The data were analyzed using validity and reliability tests, descriptive analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, and F-test. The results of the descriptive analysis indicate that all research variables fall into the strong category based on the Total Respondent Achievement (TCR) values. The TCR values are 65.075% for purchase intention, 63.03% for menu variety, 65.47% for taste, and 65.775% for location. The t-test results show that the menu variety variable has a significant effect on consumers' purchase intention, as indicated by the calculated t-value of 6.504, which is greater than the t-table value of 1.661, with a significance value of 0.001 < 0.05. The taste variable also has a significant effect

on consumers' purchase intention, with a calculated t-value of $2.835 > 1.661$ and a significance value of $0.006 < 0.05$. Meanwhile, the location variable does not have a significant effect on consumers' purchase intention, with a calculated t-value of $-0.149 < 1.661$ and a significance value of $0.882 > 0.05$. The ANOVA (F-test) results indicate that the calculated F-value is 103.586. Since the calculated F-value is greater than the F-table value ($103.586 > 3.09$) and the significance value is $0.000 < 0.05$, the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_1) is accepted. Therefore, it can be concluded that the variables of Menu Variety (X_1), Taste (X_2), and Location (X_3) simultaneously have a significant effect on Consumers' Purchase Intention (Y) at the RTH Solok Selatan Food Court in Padang Aro.

Keywords: Purchase Intention, Menu Variety, Taste, Location

PENDAHULUAN

Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi ditandai dengan tingginya persaingan di dunia bisnis baik sektor barang maupun jasa. Persaingan terjadi dalam berbagai bidang, termasuk bisnis kuliner. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang wajib terpenuhi sehingga bisnis kuliner menjadi trend. Sektor kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang terus mengalami perkembangan seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap makanan dan minuman. Persaingan yang semakin ketat mendorong setiap pelaku usaha untuk mampu menciptakan strategi yang dapat menarik minat beli konsumen. Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian setelah melalui proses evaluasi terhadap suatu produk atau jasa. Dalam bisnis kuliner, minat beli menjadi indikator penting yang menentukan keberlangsungan usaha karena berhubungan langsung dengan tingkat penjualan dan loyalitas pelanggan. Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro merupakan salah satu pusat kuliner yang dibangun untuk mendukung perkembangan UMKM sekaligus menyediakan alternatif wisata kuliner bagi masyarakat. Meskipun memiliki lokasi yang strategis dan berada di kawasan ruang terbuka hijau, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa banyak pengunjung datang hanya untuk bersantai atau mengikuti berbagai kegiatan tanpa melakukan pembelian. Selain itu, jumlah pedagang aktif mengalami penurunan setiap tahun, sementara sebagian pedagang hanya beroperasi ketika terdapat kegiatan atau event tertentu.

Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa minat beli konsumen di Pujasera RTH Solok Selatan masih perlu ditingkatkan. Beberapa faktor yang diduga memengaruhi minat beli konsumen adalah keragaman menu, cita rasa, dan lokasi. Keragaman menu memberikan lebih banyak pilihan kepada konsumen sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi yang berbeda-beda. Cita rasa merupakan atribut utama yang menjadi dasar penilaian konsumen terhadap kualitas makanan, sedangkan lokasi yang mudah dijangkau dan nyaman akan meningkatkan keinginan konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keragaman menu, cita rasa, dan lokasi memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen. Namun, hasil penelitian tersebut masih menunjukkan perbedaan pada tingkat pengaruh masing-masing variabel serta umumnya dilakukan pada restoran, rumah makan, atau kafe. Penelitian mengenai pengaruh ketiga variabel tersebut pada kawasan pujasera yang dikelola sebagai pusat UMKM, khususnya Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji pengaruh keragaman menu, cita rasa, dan lokasi terhadap minat beli konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman menu, cita rasa, dan lokasi, baik secara parsial maupun simultan, terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam menyusun strategi pengembangan kawasan kuliner sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan keberlangsungan usaha pedagang. minuman dalam satu area yang dirancang agar pengunjung dapat menikmati kuliner dari berbagai pilihan menu di bawah satu atap (Prawiroredjo et al. 2022; Hadi Wibowo 2019). Dengan demikian, Pujasera menghadirkan kenyamanan bagi pengunjung yang ingin menikmati beragam hidangan dalam suasana yang santai dan ramah. Konsep

ini sangat populer di kawasan perkotaan dan semakin mendapat tempat di daerah-daerah yang sedang berkembang. Di sisi lain, dalam sektor kuliner yang sangat kompetitif, keberadaan Pujasera tidak lepas dari tantangan dalam mempertahankan minat beli konsumen. Minat beli konsumen merupakan salah satu faktor kunci dalam kesuksesan suatu usaha kuliner, termasuk Pujasera. Dalam dunia bisnis kuliner, minat beli konsumen sering kali menjadi indikator utama keberlanjutan dan pertumbuhan usaha.

Minat beli menurut (Sari, 2021), adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, lalu muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya. Fenomena yang terjadi di Pujasera RTH Padang Aro merupakan salah satu contoh usaha kuliner yang menghadirkan pengalaman makan di kawasan yang berbeda dengan kebanyakan Pujasera lainnya.

Keragaman menu (Firulla Bahril Wahdah, Suwarsono, and Kurniawan 2023) menyatakan bahwa keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan oleh penjual kepada pembeli jadi keragaman menu adalah banyaknya variasi produk yang di tawarkan oleh penjual kepada pembeli.

Cita rasa menurut (Sitepu, Safri, and Hendry 2021) menjelaskan bahwa rasa dapat menjadi strategi pemasar dalam memperkenalkan produk dengan mengaitkan rasa tersebut dengan emosi yang dirasakan oleh konsumen. Cita rasa memiliki tingkat kompleksitas yang timbul dari berbagai persepsi alami

Menurut (Reynal Fernando, Sutrina 2025) lokasi merupakan suatu tempat terjadinya berbagai aktivitas seperti untuk aktivitas pemasaran atau operasional yang bertujuan untuk melancarkan dan mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen.

Dari pengamatan yang peneliti lakukan pada bulan agustus 2025 di pujasera RTH Padang Aro, varian/menu yang di tawarkan tidak lengkap dan ketersediaan bahan mentah atau bahan yang akan di produksi susah di dapatkan. Cita rasa yang ada di pujasera tersebut juga kurang menarik pengunjung untuk berbelanja disana. Seperti yang telah peneliti lakukan wawancara pada salah seorang pengunjung Pujasera RTH Padang Aro di Solok Selatan (Merlina Astuti 27th) dia mengatakan tidak tertarik untuk berbelanja di sana dikarenakan ragam menu dan cita rasa yang ada di pujasera tidak lengkap dan kurang mengugah selera, sehingga lebih memilih berbelanja di luar Pujasera RTH Padang Aro di Solok Selatan.

Hal ini mengakibatkan pelaku UMKM sering mengeluh karena pendapatan yang diperoleh tidak sesuai yang di harapkan. Seperti yang peneliti lakukan wawancara pada salah seorang pedagang yang ada di Pujasera tersebut (mona afrizal delse) dia mengatakan terjadinya penurunan setiap harinya sehingga

Area Pujasera RTH Padang Aro berada di pusat kota Solok Selatan dan akses kesana juga sangat strategis untuk para pengunjung tetapi dari tahun ke tahun para pelaku UMKM mengalami Penurunan pengunjung sehingga para pelaku UMKM mengeluh karna omset yang turun tiap tahunnya, pujasera RTH Padang Aro ramai pengunjung hanya ketika ada acara dari pemerintahan setempat, Atau event event tertentu.

Tabel 1

Data Pedagang Kios Pujasera RTH Solok Selatan
di Padang Aro Kecamatan Sangir
Kabupaten Solok Selatan 2024

NO	NAMA PEDAGANG	JENIS USAHA	TAHUN 2023	TAHUN 2024	TAHUN 2025
1	Fredy Remon	Makan dan minuman	Aktif	Aktif	Aktif
2	Muhamad Ali	Makanan Siomai,Batagor,Dimsum	Aktif	Buka ketika ada event	Buka ketika ada event
3	Izora Yudiswati	Makanan dan minuman	Aktif	Aktif	Keluar

4	Fermayenti	Kebab <i>burger</i>	Aktif	Aktif	Keluar
5	Nelda Zendra	<i>Cake</i> dan <i>bakery</i>	Aktif	Tidak aktif	Tidak aktif
6	Fitri Yono Riska	Aneka makanan Nasi soto	Aktif	Aktif	Keluar
7	Melvika	Ayam saus debu	Aktif	Keluar	Keluar
8	Mardiah kurniawati	Pecel lele	Aktif	Aktif	Aktif
9	Muhamad Arif	<i>Frozenfod</i> angkringan	Aktif	Aktif	Aktif
10	Heru Yuhendri	Olahan minuman	Aktif	Buka ketika ada event	Buka ketika ada event
11	Popi Kurnia	Makanan berat	Aktif	Keluar	Keluar
12	Netri Erna Linda	Makanan dan minuman mie tektek sup ceker	Aktif	Keluar	Keluar
13	Lira Ezia Linda	Makanan olahan durian, roti dan minuman	aktif	Buka ketika ada event	Buka ketika ada event
14	Yeli Elfiza	Makanan dan minuman nasi goreng	aktif	Buka ketika ada event	Buka ketika ada event
15	Hayni Fadila	Pop Ice, Sosis, Gorengan	aktif	Aktif	Tidak Aktif
16	Yani Erna	Dagang buah	aktif	Buka ketika ada even	Buka ketika ada even
17	Milya Ares Nila (alex)	Nasi ampere	Aktif	Buka ketika ada event	Buka ketika ada event
18	Mona Afrizal Delsa	Makana <i>Seaafod</i> , Ceker Mercon, Mie Ayam, Soto	Aktif	Aktif	Aktif
19	Helmi Putri	Ketan Goreng, Bubur, Kacang Ijo	Aktif	Aktif	Keluar
20	Sandra Puspa Dewi	Sate goyang lidah	Aktif	Buka ketika ada event	Buka ketika ada event
21	Arinal Fitri	Aneka mie dan minuman	Aktif	Tidak aktif	Tidak aktif
22	Apri Susanti	Dagang minuman <i>pop ice</i>	Aktif	Aktif	Aktif
23	Silvya Wahyuni	Dagang buah buahan	Aktif	Aktif	Aktif
24	Silvya Wahyuni Yesil	Makanan olahan pisang	Aktif	Aktif	Aktif

25	Jamaris	<i>KFC</i>	Aktif	Aktif	Keluar
26	Idel/Delni	Gorengan sala lauak	Aktif	Aktif	Aktif
27	Syafrijon.s		Aktif	Aktif	Keluar
28	Okta kurnia putri	Minuman kekinian jasuke	Aktif	Aktif	Aktif
29	Ardiansyah	Sate paris	Aktif	Buka ketika ada event	Buka ketika ada event
30	Jasmintra	<i>Kebab & burger</i>	Aktif	Aktif	Tidak aktif
31	Ida Fitma Juwita	<i>Pop ice</i> dan mie goreng	Aktif	Aktif	Aktif
32	Delva	Dagang buah buahan	Aktif	aktif	Aktif

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa jumlah pedagang yang beroperasi di Pujasera RTH Solok Selatan mengalami perubahan dari tahun 2023 hingga 2025. Pada awal beroperasi tahun 2023 seluruh 32 pedagang masih aktif menjalankan usahanya. Namun, pada tahun 2024 mulai terlihat penurunan jumlah pedagang aktif, di mana beberapa pedagang hanya membuka usahanya ketika terdapat event tertentu, sebagian tidak lagi aktif, dan beberapa lainnya memutuskan keluar dari kawasan pujasera. Kondisi tersebut semakin terlihat pada tahun 2025 dengan bertambahnya jumlah pedagang yang keluar dan berkurangnya pedagang yang beroperasi secara aktif.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberlangsungan usaha di Pujasera RTH Solok Selatan masih menghadapi berbagai tantangan. Meskipun kawasan ini memiliki lokasi yang strategis, penurunan jumlah pedagang aktif mengindikasikan bahwa daya tarik pujasera terhadap konsumen belum optimal. Kondisi ini diduga berkaitan dengan rendahnya minat beli konsumen, yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti keragaman menu yang masih didominasi jenis makanan yang serupa, cita rasa yang belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen, serta faktor lokasi yang meskipun mudah dijangkau belum mampu mendorong pengunjung untuk melakukan pembelian.

Oleh karena itu, data pada Tabel 1.1 menjadi dasar penting dalam penelitian ini karena menggambarkan adanya penurunan aktivitas usaha pedagang yang diduga berkaitan dengan minat beli konsumen. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh keragaman menu, cita rasa, dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro sebagai upaya memperoleh solusi dalam meningkatkan daya saing dan keberlangsungan usaha para pedagang.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dipakai untuk penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen serta menggambarkan fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini dilakukan di Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro. Sampel yang di ambil menggunakan *teknik simpel random sampling* dengan menggunakan skala likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan uji f

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2
Uji Validitas Minat Beli Konsumen (Y)

Item Pertanyaan	Nilai R Hitung	Nilai r Tabel	Sig.	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Y.1	0.937	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.2	0.931	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.3	0.908	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.4	0.951	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.5	0.916	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.6	0.898	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.7	0.931	0.361	0.000	0.05	Valid
Y.8	0.920	0.361	0.000	0.05	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2026 SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.1, hasil uji validitas variabel minat beli konsumen menunjukkan bahwa variabel ini memenuhi kriteria valid untuk 8 item pernyataan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0.361. ini menunjukkan bahwa 8 item pernyataan dalam penelitian ini dapat secara efektif mengukur aspek yang dimaksudkan dalam kuesioner tersebut.

Tabel 3
Uji Validitas Keberagaman Menu (X1)

Item Pertanyaan	Nilai R Hitung	Nilai r Tabel	Sig.	Sig. (2-tailed)	Keterangan
XI.1	0.912	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.2	0.900	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.3	0.919	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.4	0.899	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.5	0.920	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.6	0.957	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.7	0.895	0.361	0.000	0.05	Valid
X1.8	0.926	0.361	0.000	0.05	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2026 SPSS 2

Berdasarkan tabel 4.2 hasil uji validitas variabel keberagaman menu menunjukkan bahwa variabel ini memenuhi kriteria valid untuk 8 item pernyataan. Hal ini menunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0.361. Ini berarti bahwa 8 item pernyataan dalam penelitian ini mampu mengukur apa yang dimaksudkan oleh kuesioner tersebut.

Tabel 4
Uji Validitas Cita Rasa (X2)

Item Pertanyaan	Nilai R Hitung	Nilai r Tabel	Sig.	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X2.1	0.906	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.2	0.936	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.3	0.911	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.4	0.920	0.361	0.000	0.05	Valid
X2.5	0.928	0.361	0.000	0.05	Valid
X2 .6	0.877	0.361	0.000	0.05	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2026 SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.3, hasil uji validitas variabel cita rasa menunjukkan bahwa variabel ini memenuhi kriteria valid untuk 6 item pernyataan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0.361. ini menunjukkan bahwa 6 item pernyataan dalam penelitian ini dapat secara efektif mengukur aspek yang dimaksudkan dalam kuesioner tersebut.

Tabel 5
Uji Validitas Lokasi (X3)

Item Pertanyaan	Nilai R Hitung	Nilai r Tabel	Sig.	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X3.1	0.906	0.361	0.000	0.05	Valid
X3.2	0.920	0.361	0.000	0.05	Valid
X3.3	0.890	0.361	0.000	0.05	Valid
X3.4	0.936	0.361	0.000	0.05	Valid
X3.5	0.924	0.361	0.000	0.05	Valid
X3.6	0.959	0.361	0.000	0.05	Valid
X3.7	0.914	0.361	0.000	0.05	Valid
X3.8	0.926	0.361	0.000	0.05	Valid

Sumber: data primer yang diolah 2026 SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.4, hasil uji validitas variabel lokasi menunjukkan bahwa variabel ini memenuhi kriteria valid untuk 8 item pernyataan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0.05 dan nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0.361. ini menunjukkan bahwa 8 item pernyataan dalam penelitian ini dapat secara efektif mengukur aspek yang dimaksudkan dalam kuesioner

Tabel 6
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Minat Beli Konsumen	0.803	Reliable
2	Keberagaman Menu	0.802	Reliable
3	Cita Rasa	0.817	Reliable
4	Lokasi	0.802	Reliable

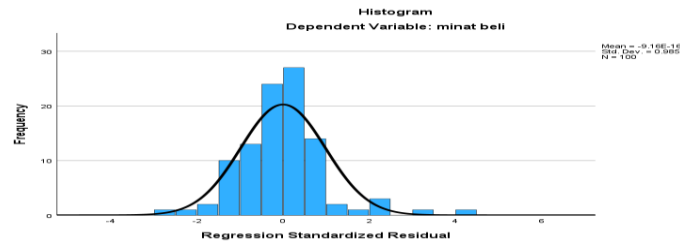
Sumber: data yang diolah 2026 SPSS 29

Berdasarkan tabel diatas, nilai cronbach's Alpha untuk kuesioner variabel minat beli konsumen adalah 0,803 untuk variabel keberagaman menu adalah 0.802, untuk variabel cita rasa 0.817, untuk variabel lokasi 0.802, Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan dalam kuesioner ini adalah reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* semuanya lebih besar dari 0.60. hal ini menunjukan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan mampu menghasilkan data yang konsisten, yang berarti jika pernyataan tersebut diajukan kembali, akan diperoleh jawaban yang relative sama dengan jawaban sebelumnya.

Uji Normalitas

Untuk memeriksa apakah data yang berasal dari populasi populasi yang terdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dari kurva pada gambar dibawah ini:





Dengan melihat tampilan grafik normal *plot* dan grafik histogram di atas, terlihat bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari dua hal penting. Pertama, pada grafik Normal *P-P Plot*, titik-titik data tersebar rapat dan mengikuti garis diagonal dengan baik. Garis diagonal ini menunjukkan distribusi normal yang sempurna. Karena semua titik berada dekat dengan garis tersebut, maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Kedua, pada histogram terlihat bahwa data membentuk kurva seperti lonceng yang simetris. Nilai mean sebesar $-9,16E-16$ (mendekati nol) dan standar deviasi 0.985 (mendekati 1) menunjukkan karakteristik distribusi normal yang baik dengan jumlah sampel 100 observasi. Berdasarkan kedua grafik tersebut, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dalam analisis regresi telah terpenuhi. Hal ini penting karena ketika data berdistribusi normal, hasil analisis regresi akan akurat dan dapat diandalkan untuk pengambilan keputusan. Selanjutnya untuk mendeteksi data berdistribusi normal, maka dilakukan dengan uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* karena sampel lebih dari 50 responden.

Tabel 7

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.114	100	.003	.928	100	<.001

Berdasarkan a. Lilliefors Significance Correction

hasil signifikansi sebesar 0,003 < 0,05 yang menunjukkan bahwa secara statistik data penelitian tidak terdistribusi normal. Hasil tersebut mengindikasikan adanya penyimpangan distribusi data terhadap distribusi normal. Namun demikian, perlu diperhatikan bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini tergolong besar, yaitu sebanyak 100 responden. Pada ukuran sampel yang besar, uji Kolmogorov-Smirnov cenderung bersifat sangat sensitif, sehingga penyimpangan kecil dari distribusi normal dapat menghasilkan nilai signifikansi yang rendah. Dengan demikian, meskipun berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* data dinyatakan tidak terdistribusi normal, secara visual data masih dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas, sehingga layak digunakan dalam analisis statistik parametrik. Menurut uji normalitas dalam regresi bertujuan untuk menguji distribusi residual. Pelanggaran asumsi normalitas tidak terlalu berpengaruh apabila jumlah sampel cukup besar ≥ 30 , sehingga model regresi masih dapat digunakan.

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Cara memprediksi ada tidaknya multikolinearitas antara variabel independen dalam suatu model regresi dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 8
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance VIF
1	(Constant)	3.820	1.832		2.085	.040	
	Keberagaman Menu	-.043	.136	-.038	-.315	.753	.242 4.132
	Cita Rasa	.887	.137	.812	6.473	<.001	.220 4.554
	Lokasi	.062	.142	.045	.435	.664	.330 3.032

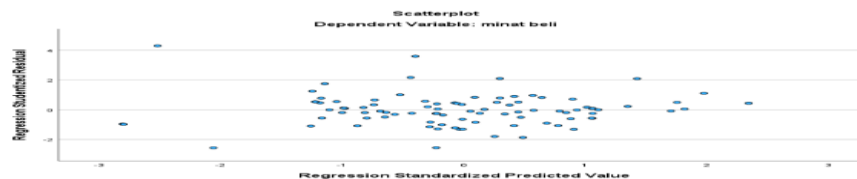
a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: data yang diolah 2026 SPSS 29

Dari tabel 4.14 di atas menjelaskan nilai Tolerance untuk variabel X1 sebesar 0,242, X2 sebesar 0,220 dan X3 sebesar 0,330, sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) masing-masing sebesar 4,132 (X1), 4,554 (X2), 3,032 (X3). Karena nilai Tolerance masih di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel tidak terdapat multikolinearitas independen dalam model regresi ini

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot dibawah ini:



Dari gambar 4.2 dapat dilihat pada Scatter menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak di sekitar garis horizontal dan tidak membentuk pola tertentu seperti pola mengerucut atau melengkung. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi klasik homoskedastisitas dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 9
Uji Heteroskedastisitas (Uji *Glejser*)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.129	.887		4.654	<.001		
	keberagaman menu	-.182	.068	-.536	-2.683	.009	.222	4.508
	cita rasa	.172	.068	.398	2.528	.013	.358	2.794
	lokasi	-.031	.049	-.102	-.635	.527	.346	2.890

Su

a. Dependent Variable: ABS_RES

Dari Tabel

Glejser dapat

diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel Keberagaman Menu adalah sebesar 0,009, untuk variabel cita rasa sebesar 0,013, dan untuk variabel lokasi sebesar 0,527. Terdapat 2 variabel dengan nilai lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini, karena secara statistik, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap nilai residual *absolut* (*ABS_RES*). dengan kata lain, penyebaran data residual bersifat tidak homogen (konsisten) di seluruh tingkat variabel independen, sehingga model regresi yang digunakan dapat dikatakan memenuhi asumsi klasik homoskedastisitas.

2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen secara simultan (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh keragaman Menu (X1), Cita Rasa (X2), dan Lokasi (X3) terhadap Minat Beli Konsumen (Y). Pengolahan data dilakukan menggunakan *softwer* SPSS versi terbaru (Ghozali, 2018),

Bentuk persamaan regresi berganda adalah

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e, e = \text{error}$$

- Y : minat beli konsumen
- X₁ : keragaman menu
- X₂ : Cita rasa
- X₃ : lokasi

- e. $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi masing masing variabel.
 f. α : Konstanta
 g. e : Error

a. Hasil

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.873	1.333		2.905	.005
	keberagaman menu	.664	.102	.685	6.504	<.001
	cita rasa	.290	.102	.235	2.835	.006
	lokasi	-.011	.074	-.013	-.149	.882

Koefisien determinasi (R^2) pada sebuah regresi menunjukkan seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai (R^2) berada dalam rentang antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar pula proporsi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model.

Tabel 10
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.815 ^a	.665	.655	4.12490	1.791

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Keberagaman Menu, Cita Rasa
 b. Dependent Variable: Minat Beli

Berdasarkan hasil *output SPSS* pada Tabel Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,815. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 81,5% variasi atau perubahan pada minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen, yaitu keberagaman menu, cita rasa, dan lokasi produk jajanan Pujasera. Perhitungan ini diperoleh dengan menggunakan rumus:

$$\text{Koefisien Determinasi (KD)} = R^2 \times 100\%$$

$$= 0,815 \times 100\% = 81,5\%$$

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki daya jelaskan yang kuat, karena mampu menerangkan sebagian besar variasi minat beli. Sisanya, sebesar 18,5%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, promosi, lokasi, pelayanan, dan sebagainya.

a. Hasil Uji t (Uji Secara Parsial)

Tabel 11
Uji Parsial (*t-test*)

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.873	1.333		2.905	.005
	keberagaman menu	.664	.102	.685	6.504	<.001
	cita rasa	.290	.102	.235	2.835	.006
	lokasi	-.011	.074	-.013	-.149	.882

a. Dependent Variable: minat beli

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel keragaman menu (X_1) cita rasa (X_2) dan variabel lokasi (X_3) terhadap minat beli konsumen (Y) secara sendiri-sendiri (Parsial) digunakan uji t. Berikut pengaruh keberagaman menu, cita rasa dan minat belanja.

a. Pengaruh keragaman menu terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

H_{01} : keragaman menu berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli konsumen pada

Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Hal: keragaman menu berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada

Pujasera RTH Solok Selatan di PadangAro.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan (0,05) ditentukan sebagai berikut:

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan ($sig. > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan ($sig. < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengujian dilakukan untuk mengetahui tingkat antara variabel bebas Keberagaman menu (X_1) terhadap variabel terikat minat beli (Y) secara parsial atau individu. Untuk uji t dilakukan dengan tingkat derajat kebebasan $df = n - 2$, $100 - 2 = 98$, sehingga diperoleh t tabel sebesar 1,661.

tabel 12
Hasil uji t keragaman menu (X_1) terhadap minat belanja

Variabel	Nilai t Hitung	Kriteria	Sig	Kriteria	Ket
Keragaman menu (X_1)	6.504	$T_{hitung} > t_{tabel}$	001	$Sig < 0.05$	Signifikan

Sumber: data yang di olah 2026 SPSS 29

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel hasil uji t , dapat diketahui nilai t hitung variabel bebas keberagaman menu (X_1) terhadap variabel terikat minat beli konsumen (Y) sebesar 6,504. Dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,661 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keberagaman menu berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

b. Untuk Mengetahui Pengaruh Cita Rasa terhadap Minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro

H_{02} : Cita rasa berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera

RTH Solok Selatan di Padang Aro.

H_{a2} : Cita rasa berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH

Solok Selatan di Padang Aro.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan ($sig. 0,05$) ditentukan sebagai berikut:

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan ($sig. > 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan ($sig. < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengujian dilakukan untuk mengetahui tingkat antara variabel bebas cita rasa (X_2) dan variabel terikat minat beli (Y) secara parsial atau individu. Untuk uji t dilakukan dengan tingkat derajat kebebasan $df = n - 2$, $100 - 2 = 98$, sehingga diperoleh t tabel sebesar 1,661.

Tabel 13
Hasil uji t cita rasa (X_2) terhadap minat beli konsumen

Variabel	Nilai t Hitung	Kriteria	Sig	Kriteria	Ket
Cita rasa (X_2)	2.835	$T_{hitung} > t_{tabel}$	006	$Sig < 0,05$	Signifikan

Sumber: data primer yang di olah 2026 SPSS 29

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel, diperoleh nilai t hitung untuk variabel bebas Cita Rasa (X_2) terhadap variabel terikat minat beli konsumen (Y) sebesar 2,835. Nilai ini lebih besar dari t tabel yaitu 1,661, dan nilai signifikansi sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05. Hal ini

menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

c. Untuk Mengetahui Pengaruh Lokasi terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro

H_0 : Lokasi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera

RTH Solok Selatan di Padang Aro

H_a : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada Pujasera RTH

Solok Selatan di Padang aro.

Kriteria pengujian dengan tingkat signifikan (sig. 0,05) ditentukan sebagai berikut:

1. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan (sig. $> 0,05$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan (sig. $< 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pengujian dilakukan untuk mengetahui tingkat antara variabel bebas lokasi (X_3) dan variabel terikat minat beli (Y) secara parsial atau individu. Untuk uji t dilakukan dengan tingkat derajat kebebasan $df = n-2$, $100-2-98$, sehingga diperoleh tabel sebesar 1,661.

Tabel 14
Hasil uji t lokasi (X_3) terhadap minat beli konsumen (Y)

Variabel	Nilai t Hitung	Kriteria	Sig	Kriteria	Ket
lokasi(X_3)	140	$T_{hitung} > t_{tabel}$	882	Sig $<0,05$	Tidak berpengaruh signifikan

Sumber: data primer yang di olah 2026 SPSS 29

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel, diperoleh nilai t hitung untuk variabel bebas Lokasi (X_3) terhadap variabel terikat Minat beli konsumen (Y) sebesar -0,149. Nilai ini lebih kecil dari t tabel yaitu 1,661, dan nilai signifikansi sebesar 0,882 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro

d. Untuk Mengetahui Pengaruh Keberagaman Menu, Cita Rasa, dan Lokasi terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro

Uji F (Uji Simultan) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara simultan dalam menerangkan variabel terikat.

H_0 : Keberagaman menu, cita rasa dan lokasi secara simultan berpengaruh tidak signifikan

terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro

H_a : Keberagaman menu, cita rasa dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan

terhadap minat beli konsumen Pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

b. Hasil Uji F (Uji Secara Silmutan)

Pengujian dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh antara variabel Keberagaman menu (X_1), Cita Rasa (X_2) dan Lokasi (X_3) terhadap variabel Minat Beli konsumen (Y) secara simultan

atau bersama-sama. Untuk menguji F dilakukan dengan taraf signifikansi dan derajat kebebasan. ketentuan tersebut diperoleh F tabel sebesar = 3,09.

Tabel 15
Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2906,206	3	968,735	103,586	<,001 ^b
	Residual	897,794	96	9,352		
	Total	3804,000	99			

a. Dependent Variable: minat beli
b. Predictors: (Constant), lokasi, cita rasa, keberagaman menu

Sumber: data yang diolah 2026 SPSS 29

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel hasil uji F, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 103,586. Dengan demikian F hitung > F tabel 3,09 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 yang artinya H04 ditolak dan Ha4 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Keberagaman Menu (X1), Cita Rasa (X2), dan Lokasi (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro

PEMBAHASAN

Berikut ini merupakan pembahasan mengenai pengaruh keragaman menu terhadap minat beli konsumen, cita rasa terhadap minat beli konsumen, lokasi terhadap minat beli konsumen serta pengaruh keragaman menu, cita rasa dan lokasi secara silmtutan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

1. Pengaruh keragaman menu terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Berdasarkan uji dari tabel koefesien Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel hasil uji t, dapat diketahui nilai t hitung variabel bebas keberagaman menu (X1) terhadap variabel terikat minat beli konsumen (Y) sebesar 6,504. Dengan demikian t hitung > t tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,001 < 0,05 yang artinya H01 ditolak dan Hal diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keberagaman menu berpengaruh signifikan terhadap minta beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Albiansyah dan ragil oktavia handayani 2024) yang mengemukakan bahwa keragaman Menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Keragaman menu yang mampu menyediakan variasi pilihan makanan dan minuman dapat memberikan keleluasan bagi konsumen dalam menentukan pilihan sesuai dengan keinginannya. Oleh Karena itu keragaman menu menjadi salah satu faktor penting yang perlu di perhatikan oleh pelaku usaha dalam meningkatkan minat beli kosumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

2. Pengaruh cita rasa terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel, diperoleh nilai t hitung untuk variabel bebas Cita Rasa (X2) terhadap variabel terikat minat beli konsumen (Y) sebesar 2,835. Nilai ini lebih besar dari t tabel yaitu 1,661, dan nilai signifikansi sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H02 ditolak dan Ha2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Muhamad Andri 2022) yang menyatakan bahwa cita rasa berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen menjadi faktor penting dalam menarik perhatian serta meningkatkan minat beli, semakin baik dan sesuai cita rasa yang di tawarkan maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk melakukan pembelian. Cita rasa yang lezat sesuai selera dan konsisten menjadi salah satu faktor utama yang di pertimbangkan konsumen dalam menentukan minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

3. Pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel, diperoleh nilai t hitung untuk variabel bebas Lokasi (X_3) terhadap variabel terikat Minat beli konsumen (Y) sebesar $-0,149$. Nilai ini lebih kecil dari t tabel yaitu $1,661$, dan nilai signifikansi sebesar $0,882$ lebih besar dari $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Ika and Nasution 2024) mengemukakan bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Ketidak signifikan ini menunjukan bahwa Lokasi tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. selain itu lokasi juga tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap minat beli konsumen dalam penelitian ini. Konsumen cenderung tidak terlalu mempertimbangkan jarak atau letak usaha, melainkan lebih di pengaruhi oleh faktor lain seperti keragaman menu, cita rasa dengan demikian pelaku usaha lebih perlu memfokuskan perhatian pada aspek lain yang lebih berpengaruh terhadap peningkatan minat beli pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

4. Pengaruh keragaman menu, cita rasa dan lokasi secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel hasil uji F , dapat diketahui nilai F hitung sebesar $103,586$. Dengan demikian F hitung $> F$ tabel $3,09$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Keberagaman Menu (X_1), Cita Rasa (X_2), dan Lokasi (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Albiansyah dan ragil oktavia handayani 2024) keragaman menu, dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen secara silmtutan. (Muhamad Andri dan marnis 2022) mengemukakan bahwa cita rasa dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen secara silmtutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukan bahwa peningkatan minat beli konsumen tidak hanya di pengaruhi oleh satu faktor secara persial, melainkan perlu mempertimbangkan kombinasi dari ketiga faktor tersebut secara bersama sama. Keragaman menu yang mampu menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman memberikan keleluasan bagi konsumen dalam menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan dan selera mereka

Selain itu Cita rasa yang lezat, sesuai selera dan konsisten menjadi salah satu faktor utama yang di pertimbangkan konsumen dalam menentukan minat beli, disisi lain lokasi yang mudah di jangkau serta nyaman juga turut mendukung terciptanya keputusan konsumen. Oleh karena itu perpaduan antara keragaman menu, cita rasa, dan lokasi yang strategis dapat menjadi upaya yang efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

Meskipun lokasi tidak menunjukan pengaruh yang signifikansi secara persial, keberadaannya tetap memiliki peran penting dalam menciptakan minat beli konsumen. Lokasi yang mudah di jangkau, nyaman, dan strategis dapat memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan pembelian serta meningkatnya kenyamanan saat berkunjung.

Dengan demikian keragaman menu yang baik dan di dukung dengan cita rasa yang lezat akan menjadi lebih efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro. Kombinasi antara variasi menu kualitas cita rasa, serta lokasi yang mendukung mampu menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk melakukan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terhadap pengaruh keragaman menu cita rasa dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Keragaman menu memiliki skor rata rata sebesar 315,125 dengan tingkat pencapaian responden sebesar 63,03% yang berada pada Kriteria kuat. Rata rata skor cita rasa adalah sebesar 326,12 dengan tingkat capaian responden sebesar 65,47% yang berada pada kriteria kuat. Rata rata skor lokasi adalah sebesar 328,875 dengan tingkat capaian responden sebesar 65,775 % yang berada pada kriteria kuat. Rata rata skor minat beli konsumen adalah sebesar 325,375 dengan tingkat capaian responden sebesar 65, 075 % yang berada pada kriteria kuat. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro berada pada kategori kuat.
2. Berdasarkan pada hasil uji statistik uji t terhadap variabel keragaman menu di peroleh nilai t hitung sebesar 6,504. Sedangkan t tabel sebesar 1,661 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keberagaman menu berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.
3. Berdasarkan pada hasil uji statistik uji t terhadap variabel cita rasa , diperoleh nilai t hitung untuk Cita Rasa (X_2) terhadap variabel terikat minat beli konsumen (Y) sebesar 2,835. Nilai ini lebih besar dari t tabel yaitu 1,661, dan nilai signifikansi sebesar 0,006 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel cita rasa berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.
4. Berdasarkan hasil uji statistik t terhadap variabel lokasi di peroleh nilai t hitung sebesar -0,149. Nilai ini lebih kecil dari t tabel yaitu 1,661, dan nilai signifikansi sebesar 0,882 $> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro
5. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel hasil uji F, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 103,586. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ 3,09 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Keberagaman Menu (X_1), Cita Rasa (X_2), dan Lokasi (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) pada Pujasera RTH Solok Selatan di Padang Aro.

DAFTAR PUSTAKA

- Albiansyah dan ragil oktavia handayani, 2024. 2024. "Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Daya Tarik Promosi, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Cabang Bintaro Plaza Tangerang Selatan" 2 (2): 49–68.
- Firulla Bahril Wahdah, Aliya Fauziah, Bambang Suwarsono, and Brahma Wahyu Kurniawan. 2023. "Pengaruh Keragaman Menu, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Yamyam Di Kediri." *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 2 (3): 340–51. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v2i3.1279..>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS* 23.
- Ika, Fitry, and Sari Nasution. 2024. "Pengaruh Lokasi Dan Varian Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Sun Bread Sagulung" 3 (2): 63–67.
- Muhamad Andri, Endri sentosa dan Marnis 2022. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Pulu Basuki Rachmat Jakarta Timur." *Ikraith-Ekonomika* 5 (1): 10–19.
- Prawiroredjo, Kiki, Engelin Shintadewi Julian, Gunawan Tjahjadi, Iwan Purwanto, and Faishal Erlangga. 2022. "Pelatihan Implementasi Pujasera Maya Berbasis Cloud." *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia* 1:58–66.
- Reynal Fernando, Sutrina, 2025. 2025. "Pengaruh Lokasi , Harga Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kuliner Wilayah Tangerang Di Pasar Modern Tangerang (Studi Kasus Pada Pasar Modern Town Market Modernland)" 1:1–9.

- Sari, Desi. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi." *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 2* (4): 524–33.
- Sitepu, Dona Laurika Br, Hayanuddin Safri, and Raja Saul Marto Hendry. 2021. "Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Lokasi Usaha Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Padatoko Roti Hasanah Bakery Rantauprapat." *Jumsi Jurnal Manajemen Akuntansi* 43 (7): 84–96.
- Yusuf, Muhammad Andri, Endri Sentosa, and Marnis. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Pilu Basuki Rachmat Jakarta Timur." *Ikraith-Ekonomika* 5 (1): 10–19.