

Pengaruh Variasi Produk Dan Fasilitas Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Ilo Peta Kota Bima

Marheiningsih¹⁾, Amirulmukminin²⁾

^{1,2} Prodi Manajemen, STIE BIMA

Email:¹marheiningsih2016.stiebima@gmail.com

²email: amirul.stiebima@gmail.com

Abstrak. Penelitian asosiatif ini dilakukan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variasi produk dan Fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen pada Café Ilo Peta Kota Bima. Instrumen disusun menggunakan skala liker yang dibagikan 96 sampel dari dari populasi tidak diketahui. Kuisisioner diuji validitas dan reliabilitas, dan hasilnya semua pernyataan yang disusun valid dan reliabel, sehingga kuisisioner layak dibagikan untuk alat pengambilan data. Dari hasil analisis data menggunakan aplikasi SPSS versi 20, secara parsial Variasi Produk memberi pengaruh terhadap Minat Beli Ulang Konsulmen Pada Café Ilo Peta Kota Bima, hal itu ditandai dengan nilai nilai Sig = 0.000 < α = 0.05. Hal yang sama juga terjadi pada fasilitas, bahwa Fasilitas ikut mempengaruhi minat beli ulang konsumen pada Café Ilo Peta Kota Bima karnea dilihat dari nilai Sig = 0.04 < α = 0.05. Dilihat dari hubungan secara Simultan, Variasi Produk dan Fasilitas secara bersama-sama mempengaruhi minat beli ulang pada Café Ilo Peta Kota Bima karena nilai Sig yaitu lebih kecil dari α atau standar error (0,000<0,05).

Abstract. *This associative research was conducted to see whether there was an effect of variations in products and facilities on consumer repurchase interest at the Café Ilo Peta Kota Bima. The instruments were arranged using a liker scale which distributed 96 samples from an unknown population. The questionnaire was tested for validity and reliability, and the results were all statements made were valid and reliable, so the questionnaire was worthy of being distributed for data collection tools. From the results of data analysis using the SPSS version 20 application, partially Product Variations have an effect on the Consumer Buyback Interest in Café Ilo Map of the City of Bima, it is marked by the value of Sig = 0,000 < α = 0.05. The same thing also happened at the facility, that the Facilitator also influenced the consumer's repurchase interest in the Café Ilo Map of the City of Bima because of the value of Sig = 0.04 < α = 0.05. Seen from the Simultaneous relationship, Product and Facility Variations together affect the repurchase interest in Bima Café Ilo Map because the Sig value is smaller than α or standard error (0,000 < 0.05).*

Kata Kunci : *Variasi Produk , Fasilitas , Minat Beli Ulang*

PENDAHULUAN

Café-café tengah berkembang dengan pesat di Kota Bima. Sebut saja beberapa diantaranya Ilo Peta, Food Box, Yuank Cafe dan banyak lainnya. Hal itu, menyebabkan tingkat persaingan semakin tinggi dalam menarik minat konsumen. Peran inovasi dilakukan oleh pengelola café, seperti Variasi produk dan fasilitas yang disediakan. Variasi produk bukan sesuatu yang baru dalam dunia pemasara. Strategi ini jauh jauh hari telah digunakan terutama dalam peluncuran produk atau promosi produk. Faradisa, Budi dan Minarsih (2016) menjelaskan variasi produk merupakan strategi perusahaan dengan menganekaragamkan produknya dengan tujuan konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkan. Hal lain yang menjadi strategi pemasaran dengan menyediakann fasilitas yang menarik dan lengkap. Fasilitas ini merupakan penyediaan perlengkapan fisik untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada Perjalanannya, Café Ilo Peta saat pertama kali *launching* sangat ramai dikunjungi. Fasilitas yang menggambarkan ke khasan masyarakat Bima yang tradisional ditambha dengan beragam menu yang disajikan. Namun belakangan ini, pengunjung semakin berkurang. Tentu saja masalah ini harus terpecahkan, sehingga perlu diketahui bahaimana pengaruh Variasi Produk dan Fasilitas terhadap Minat Beli ulang Konsumen di Café Ilo Peta, baik secara parsial maupun secara simultan.

KAJIAN LITERATUR

a. Variasi produk

variasi produk atau keberagaman produk bukan hal baru dalam dunia pemasaran, dimana strategi ini banyak digunakan oleh praktisi-praktisi pemasaran didalam aktivitas peluncuran produk. Menurut philip kotler (2009:72), Variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau ini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri. Jika cafe menyediakan menu yang beraneka ragam, akan lebih memudahkan cafe untuk menarik konsumen agar bersantap ditempatnya. Karena semakin banyak pilihan

yang disediakan cafe, maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu sesuai keinginanya. Indikator variasi produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ukuran, harga, dan tampilan.

b. Fasilitas

fasilitas merupakan sarana yang menyediakan perlengkapan fisik guna menunjang kebutuhan konsumen agar konsumen merasa lebih nyaman dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Menurut sulastyono (1999), Fasilitas adalah penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk member kemudahan kepada konsumen untuk melaksanakan aktifitas-aktifitas sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Indikator Fasilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah perencanaan spasial, perencanaan ruangan dan perlengkapan atau perabotan.

c. Minat beli ulang

Menurut Kotler, Philip R., Bowen, John T & Makens, James. (2014). minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternati. Dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak di beli. Indikator minat beli ulang yang digunakan dalam penelitian ini adalah Minat refrensial, minat Exspolatif, dan minat Transaksional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Café Ilo Peta Kota Bima dengan jenis penelitian adalah asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Café Ilo Peta Kota Bima, sehingga tidak diketahui dan data secara pasti angka pengunjung, sehingga pengambilan sampel menggunakan rumus Cochra (dalam Riduan, 2015), dimana rumus tersebut digunakan apabila populasi tidak diketahui, sehingga jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 96 responden dengan tehnik pengabilan sampel secara isidental, yaitu pengunjung yang dijumpai pada saat pembagian kuisiner tersebut.

Sebelum kuisioner dibagikan, terlebih dahulu kuisioner diuji validitas dan reliabilitas menggunakan Aplikasi SPSS Versi 20. Dengan standar pembanding, dikatakan valid

jika nilai uji validitas > 0.30 dan dikatakan reliabilitas jika nilai > 0.06 (Sugiyono, 2016). Jumlah dalam kuisioner tersebut sebanyak 28 pernyataan yang terdiri 8 untuk variable Variasi Produk, 12 pernyataan untuk variable Fasilitas dan 8 pernyataan variable minat beli ulang.

Data yang dikumpulkan melalui kuisioner selanjutnya dilakukan analisis menggunakan aplikasi SPSS Versi 16. Adapun uji statistik yang dilakukan adalah;

a. Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, Multikolinearitas dan Heteroskedastisitas. Hal itu dilakukan, agar data sampel yang diolah mewakili populasi secara utuh. (Ghozali, 2006). Uji Normalitas dimaksudkan untuk melihat apakah data yang diperoleh terdistribusi normal atau tidak. Hal itu dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan menggunakan grafik histogram dan grafik normal probability plot.

Uji Multikolinearitas merupakan cara untuk mengetahui ada hubungan atau korelasi diantara variabel independen, dalam hal ini variasi produk dan fasilitas. Dikatakan model regresi yang baik jika antar variable independent tidak terdapat hubungan. (Ghozali, 2006) memberi catatan bahwa, dikatakan model regresi yang baik jika besaran VIF (Variance Inflation Factor) < 10 dan tolerance. Dengan nilai nilai tolerance $> 0,10$. Sementara untuk

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, dikatakan model regresi yang baik apabila bersifat homokedastisitas yaitu suatu varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, dan sebaliknya disebut heteroskedastisitas. homokedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot* dengan ketentuan Jika terdapat pola tertentu maka mengindikasikan telah

terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

b. Uji Statistik

Pada uji statistic menggunakan SPSS Versi 20 ini, ada empat hal yang diperhatikan yaitu persamaan regresi, Koefisien Koorelasi, Koefisien Determinasi, Hubungan Secamara parsila yaitu dilihat dari nilai t_{hitung} dan hubungan secara simultan dilihat dari nilai F_{hitung} .

Untuk melihat persamaan regresi, menggunakan persamaan umum linier yaitu $Y = a + bX_1 + cX_2$. Sementara untuk melihat koefisien korelasi dan determinasi diambil Tabel Model Summary^b yaitu pada nilai nilai R dan R Square. Sementara untuk nilai hubungan parsial dilihat dari perolehan nilai t_{hitung} dengan membandingkan dengan nilai table atau dilihat dari perbandingan nilai signifikasinya yaitu nilai $sig < \alpha = 0,05$ karena taraf toleransi sebesar 5%. Begitupun dengan uji hubungan secara simultan diperoleh dari perbandingan nilai F_{hitung} dengan membandingkan dengan nilai F_{table} dengan ketentuan dikatakan terdapat pengaruh jika $F_{hitung} > F_{table}$ atau dilihat dari perbandingan nilai signifikasinya yaitu nilai $sig < \alpha = 0,05$ (Santoso, 2000).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas dan Rebialitas

Hasil Uji validitas dan reliabilitas akan ditunjukkan oleh table 1. Yang merupakan olahan dari hasil analisis menggunakan aplikasi SPSS Versi 16.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Rata-rata t_{hitung}	t_{hitung} Ket	Cronbach's alpha	Batas Normal	Ket
Variasi Produk	0,61	0,30 Valid	0,779	0,6	Rel
Vasilitas	0,52	0,30 Valid	0,804	0,6	Rel
Minat Beli Ulang	0,53	0,30 Valid	0,739	0,6	Rel

Dari rekapan Tabel 1 diatas, diperoleh nilai rata-rata validitas untuk variasi produk adalah sebesar 0,61, artinya lebih besar dari nilai 0,30 yang distandarkan Sugiyono (2016) artinya pernyataan untuk variasi produk

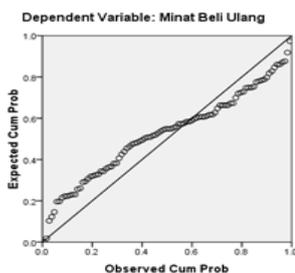
dinyatakan valid. Hal yang sama juga untuk pernyataan vasilitas diperoleh nilai validitas lebih dari standar yaitu $0,52 > 0,30$. Begitupun dengan nilai minat beli produk dilihat dari table tersebut valid. Dilihat dari table 2 diatas, bahwa instrument yang disusun mewakili tiga variable yang diteliti lebih dari standar reliabilitas yaitu 0,6. Artinya semua instrument yang disusun sangat bagus untuk digunakan. Dilihat dari uji validitas dan uji reliabilitas diatas, maka instrument yang disusun dengan pernyataan yang mewakili masing-masing variable yang di teliti dapat digunakan unruk mengambil data.

d. Uji Asumsi Klasik

Sebagaimana disinggung diatas, untuk melihat uji normalitas maka menggunakan grafik *normal probability plot* seperti pada Gambar 1.

Gambar 1. grafik *normal probability plot*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan Gambar 1 di atas, terlihat dengan jelas bahwa selalu mengikuti dan mendekati garis linier yang merupakan garis diagonalnya. Artinya karena mengikuti garis diagonal maka diasumsikan bahwa nilai residual tersebut terdistribusi normal.

Selanjutnya adalah Uji Multikolinearitas, Berdasarkan hasil Tabel 5 berikut ini dapat diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai Tolerance tidak kurang dari 0.10 dan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) tidak lebih dari 10. Analisis ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas terhadap variabel penelitian. Sehingga layak untuk digunakan dalam pengujian selanjutnya.

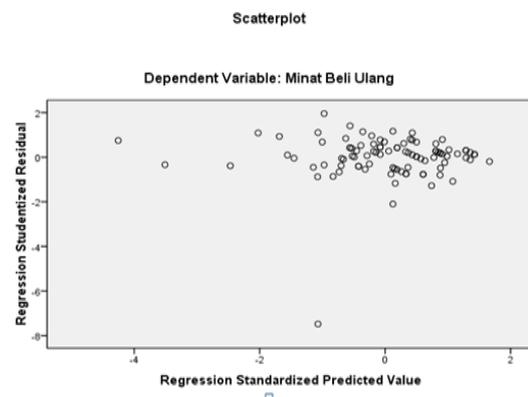
Tabel 3.

Tabel Uji Multikolinearitas

a. Dependent Variable: Minat beli ulang

Untuk uji Uji Heteroskedastisitas, dapat dilihat dari grafik yang ditunjukkan berdasarkan pada Gambar 2 berikut ini;

Gambar 2. Grafik Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar scatterplots diatas dapat dilihat bahwa titik menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0. Selain itu juga titik tida mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, serta penyebaran titik tidak membentuk pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

1. Uji Statistik
2. Persamaan Regresi

Adapun untuk persamaan Regres dapat dilihat pada taben 3 berikut ini.

Model	Collinearity Statistik	
	Tolerance	VIF
(Constant)	,694	1,441
VARIASI PRODUK		
FASILITAS	,694	1,441

Tabel. 4.
 Hasil Analisis SPSS Versi 20.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.013	2.518		-.005	.996
	Variasi Produk	.959	.112	.649	8.596	.000
	Fasilitas	.270	.091	.224	2.962	.004

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Dari hasil analisis regresi dapat diketahui persamaan regresi berganda adalah $Y = 0,013 + 0,959X_1 + 0,270X_2$. Persamaan tersebut menunjukkan Nilai konstanta sebesar 0,013 dapat di artikan apabila variabel Variasi Produk dan Fasilitas di anggap nol, maka

Minat Beli Ulang sebesar 0,013. Nilai koefisien bera pada pada variabel Variasi Produk sebesar 0,959 artinya setiap perubahan variabel Variasi Produk (X1) sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan perubahan kinerja karyawan sebesar 0,959 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada variabel Variasi Produk akan meningkatkan Minat Beli Ulang sebesar 0,959 satuan. Nilai koefisien beta pada variabel Fasilitas sebesar 0,270 artinya setiap perubahan variabel Fasilitas (X2) sebesar satu satuan, maka akan mengakibatkan perubahan Minat Beli Ulang sebesar 0,270 satuan, dengan asumsi-asumsi yang lain adalah tetap. Peningkatan satu satuan pada variabel Fasilitas akan mengurangi Minat Beli Ulang sebesar 0,270 satuan.

3. Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi
 Tabel 9. Hasil Uji Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.624	3.081

Hasil uji *Adjusted R*² pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,795 Hal ini menunjukkan bahwa Minat Beli Ulang (Y) di pengaruhi oleh Variasi Produk) dan Fasilitas 63,2%, sedangkan sisanya sebesar 62,4% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji t (secara parsial)

Dilihat dari hasil yang ditampilkan oleh tabel 3 diatas, untuk variasi produk diketahui nilai $t_{hitung} = 8,596 > t_{tabel}$ adalah 1,984 aatau dilihat dari nilai $Sig = 0.000 < 0.05$, hal ini berate bahwa Variasi Produk memberi pengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada Café Ilo Peta Kota Bima. Hal yang sama juga untuk fasilitas, bahwa dilihat dari nilai $xznilai t_{hitung} = 2.962 > t_{tabel}$ adalah 1,984 aatau dilihat dari nilai $Sig = 0.04 < 0.05$, hal ini berate bahwa Fasilitas memberi pengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada Café Ilo Peta Kota Bima

5. Hasil Uji F (secara Simultan)

Adapun hubungan secara simultan atau hubungan secara bersama-sama variable Variasi Produk dan Fasilitas terhadap minat

beli ulang konsumen ditunjukkan pada tabel 5 berikut ini.

Tabel 5.

Data Hubungan secara simultan Variasi Produk dan Fasilitas terhadap minat beli ulang konsumen di Café Ilo Peta.

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1515.089	2	757.544	79.829	.000 ^a
	Residual	882.536	93	9.490		
	Total	2397.625	95			

a. Predictors: (Constant), X2, X1
 b. Dependent Variable: Y

Dari hasil tabe di atas, diperoleh nilai Sig yaitu lebih kecil dari α atau standar error ($0,000 < 0,05$), artinya bahwa Variasi Produk dan Fasilitas secara bersama-sama mempengaruhi minat beli ulang pada Café Ilo Peta Kota Bima.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, bawah dapat disimpulkan;

- bahwa Variasi Produk memberi pengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada Café Ilo Peta Kota Bima.
- Hal yang sama juga untuk fasilitas, bahwa Fasilitas memberi pengaruh terhadap Minat Beli Ulang pada Café Ilo Peta Kota Bima dan
- secara simultan juga bahwa Variasi Produk dan Fasilitas secara bersama-sama mempengaruhi minat beli ulang pada Café Ilo Peta Kota Bima.

Saran

Ada beberapa saran yang sekiranya dapat dilakukan diantaranya adalah;

- Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan lagi penelitian dengan menambah atau melihat variable lain.
- Mungkin penelitian tidak hanya menggunakan aplikasi statistic saja, namun juga kedepannya bisa dilakukan manual.

DAFTAR PUSTAKA

Faradisa. I., Leonardo, B. H., dan Maria Minarsih .2016. Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen. *Disampaikan pada indonesia coffeeshop semarang (icos*

cafe). *Jurnal of management volumen 2*
No.

- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta
- Kotler, Philip R., Bowen, John T & Makens, James. (2014). Marketing for Hospitality and Tourism: Sixth Edition. Pearson Education Limited. London.
- Riduwan. (2015). Dasar-Dasar Statistika, Bandung: Alfabeta.
- sulastyono, A. 1999. Manajemen Penyelenggaraan Hotel. Bandung; Alfabeta
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitataif dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2006. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang