

PENGARUH VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA SERASA CAKE & COFFEE TANJUNGPINANG

Ulfa Oktavani Nasution^{1*}, Marina Lidya², & Satrio Bimo Syahputro³

^{*1-3} Fakultas Manajemen, STIE Pembangunan

^{*}e-Mail: ulfaoktavani4289@gmail.com

Submit Tgl: 04-Februari-2026

Diterima Tgl: 05-Februari-2026

Diterbitkan Tgl: 06-Februari-2026

Abstract: People's food needs increase in line with population growth, encouraging the development of culinary businesses. This sector not only fulfills basic needs, but also drives the economy. Therefore, companies must develop strategies to increase customers and strengthen their position in the market. This research aims to determine the effect of product variations on consumer repurchase interest at Serasa Cake & Coffee Tanjungpinang. The method used in this research is a quantitative method. In this study, samples were taken using a purposive sampling technique which used the Cochran formula to obtain a sample size of 385 respondents. The method used in this research is simple linear regression analysis with JASP 0.19.1 (2024) software. The analysis techniques used are data quality testing, classical assumption testing, simple linear regression analysis and hypothesis testing. The results of this research show that in a simple linear regression test, the value $Y = 4.316 + 0.640X + e$ is obtained. Partially, the product variation variable (X) has a positive and significant effect on repurchase interest (Y) with a value of $t_{count} > t_{table}$ ($24.986 > 1.966$) with prob. $Sig < 0.05$ ($0.001 < 0.05$). The coefficient of determination (R^2) is 0.620, which means that repurchase interest is influenced by product variations by 62% and the remaining 38% is influenced by other variables not examined in this research. It can be concluded that product variations partially influence repurchase interest. Based on the research results, it was also concluded that the product variations found at Serasa Cake & Coffee Tanjungpinang were included in the good category.

Keywords: Produk Variations; Repurchase Intention

Abstrak: Kebutuhan pangan masyarakat meningkat sejalan dengan pertumbuhan penduduk dan mendorong perkembangan usaha kuliner. Sektor ini tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, tetapi juga menjadi penggerak ekonomi. Oleh karena itu, perusahaan harus mengembangkan strategi untuk meningkatkan pelanggan dan memperkuat posisi di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap minat beli ulang konsumen pada Serasa Cake & Coffee Tanjungpinang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pada penelitian ini, sampel diambil menggunakan teknik purposive sampling dimana memakai rumus Cochran sehingga memperoleh jumlah sampel sebanyak 385 responden. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dengan software JASP 0.19.1 (2024). Teknik analisis yang digunakan adalah uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai $Y = 4,316 + 0,640X + e$. Secara parsial, variabel variasi produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y) dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($24,986 > 1,966$) dengan prob. $Sig < 0,05$ ($0,001 < 0,05$). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,620 yang berarti minat beli ulang dipengaruhi

oleh variasi produk sebesar 62% dan sisanya 38% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa variasi produk berpengaruh terhadap minat beli ulang secara parsial. Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan juga bahwa variasi produk yang terdapat di Serasa Cake & Coffee Tanjungpinang termasuk dalam kategori baik.

Kata kunci: Variasi Produk; Minat Beli Ulang

Cara mengutip Nasution, U. O., Lidya, M., & Syahputro, S. B. (2026). Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang pada Serasa Cake & Coffee Tanjungpinang. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 262–266. <https://doi.org/10.71456/sur.v4i2.1648>

PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia akan makanan yakni elemen yang sangat fundamental, yang membuatnya diklasifikasikan sebagai kebutuhan dasar atau *basic needs* yang tak terelakkan. Seiring dengan perkembangan waktu dan bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan pangan semakin menjadi prioritas bagi masyarakat, sehingga memicu munculnya berbagai usaha di bidang kuliner.

Konsumen menjadi elemen krusial dalam keberlangsungan bisnis karena mereka merupakan sumber utama pendapatan. Dukungan mereka tidak hanya berkontribusi pada kelangsungan usaha, tetapi juga memberikan masukan bagi perusahaan untuk meningkatkan inovasi produk (Kotler & Keller, 2020). Dengan memahami tren dan perilaku konsumen, bisnis dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih relevan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, konsumen juga berperan sebagai agen pemasaran tidak langsung melalui rekomendasi dan ulasan mereka yang dapat memperluas jangkauan pasar (Solomon, 2019).

Minat beli konsumen tidak hanya mencerminkan keinginan awal untuk membeli suatu produk, tetapi juga melibatkan minat beli ulang yang mencerminkan kepuasan pelanggan. Variasi produk menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi minat beli ulang. Lestari and Novitaningtyas (2021) menemukan bahwa semakin beragam pilihan produk yang ditawarkan, semakin tinggi kemungkinan pelanggan untuk tetap loyal terhadap merek.

Serasa *Cake & Coffee* menawarkan berbagai pilihan makanan dan minuman yang beragam, menarik, dan berkualitas. Pengunjung dapat menikmati beragam Minuman. Peningkatan minat beli pada bulan tertentu, seperti bulan April, dapat dimanfaatkan untuk strategi pemasaran, sementara penurunan di bulan lain seperti Maret perlu dianalisis lebih lanjut untuk mencari solusi, seperti meningkatkan kualitas produk atau layanan. Penting bagi perusahaan untuk fokus tidak hanya pada peningkatan minat beli awal, tetapi juga menjaga hubungan yang kuat dengan konsumen untuk memastikan pembelian ulang melalui strategi pemasaran berkelanjutan, layanan pelanggan, dan inovasi produk.

Bagian utama artikel dimulai dengan pendahuluan yang menampilkan secara lebih detail tentang tujuan, masalah (berdasarkan tinjauan pustaka dan riset yang telah ada), celah penelitian (*research gap*), dan kontribusi penelitian. Pendahuluan ditulis dengan jelas agar dapat dipahami oleh pembaca.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang didasarkan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengambilan sampel secara random, pengumpulan data melalui instrumen penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik guna menguji hipotesis.

Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer, menurut merupakan data yang diberikan langsung oleh responden melalui kuesioner tentang proses produksi dan kualitas produk Sementara itu, data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber selain responden dan berfungsi sebagai pelengkap informasi yang dibutuhkan peneliti.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data: pertama, kuesioner dengan pertanyaan terbuka untuk identitas responden dan pertanyaan tertutup untuk memilih jawaban tertentu, kedua, studi pustaka yang melibatkan analisis literatur dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal, dan internet, guna memperoleh wawasan serta membangun landasan teoritis.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan elemen dengan karakteristik umum yang relevan dalam penelitian, mencakup semua elemen yang dapat menjadi dasar penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan populasi pengunjung Kopi Sandy Tanjungpinang dengan jumlah yang tidak diketahui. Sampel ditentukan menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode *purposive sampling*, di mana anggota sampel dipilih secara khusus berdasarkan kriteria tertentu, yakni pengunjung yang minimal dua kali membeli produk makanan atau minuman di Kopi Sandy Tanjungpinang. Penentuan sampel dilakukan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2021).

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah variabel penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan makna sebelum dilakukan analisis. Ini mencakup sumber daya dan instrument pengukuran yang digunakan.

Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dilakukan setelah pengumpulan data untuk memastikan keakuratan dan keabsahan sesuai Tujuan penelitian. Langkah-langkahnya meliputi: editing, pemberian kode (*coding*), pemberian skor (*scoring*), serta tabulasi (*tabulating*).

Teknik Analisis Data

Analisis data adalah metode untuk mengetahui sejauh mana suatu variabel memengaruhi variabel lainnya, sehingga data yang terkumpul dapat diolah dan dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Ulang

Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan, variasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di *Serasa Cake & Coffee* Tanjungpinang. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung untuk variabel variasi produk sebesar 24,986, sedangkan nilai ttabel yang digunakan sebagai pembanding adalah 1.966. Nilai t_{tabel} ini diperoleh berdasarkan derajat kebebasan yang dihitung menggunakan rumus $df = n - k - 1$ (dalam hal ini, $385 - 2 - 1 = 382$) pada tingkat signifikansi 5%. Karena $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ ($24,986 > 1.966$), dapat disimpulkan secara parsial bahwa variasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di *Serasa Cake & Coffee* Tanjungpinang.

KESIMPULAN

Secara parsial variabel variasi produk di *Serasa Cake & Coffee* Tanjungpinang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Konsumen yang merasa produk yang ditawarkan bervariasi cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor seperti jenis menu yang beragam, kualitas, dan desain produk mempengaruhi keputusan pembelian ulang. Adanya pengaruh secara positif dan signifikan karena dilakukan pengujian satu arah dimana ketika variasi produk ditingkatkan maka dapat dipastikan minat beli ulang akan meningkat pada *Serasa Cake & Coffee* Tanjungpinang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, M., Mustika, C., Suwarni, E., & Anggarini, D. R. 2023. Pengaruh Customer Experience Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Ulang Produk *mixue Ice Cream* and Tea Di Kota Bandar Lampung. *Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 2(2), 35–46.
- Interest In Raja Kebab And Rantauprapat Burger Culinary Delights. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(2), 950–964.
- Khuswatun, A. & Yuliati. 2022. Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Konsumen Minuman Kekinian Zoomboba Tlogomulyo). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 5, 341–349.

- Kiki Armada. S, Siti Lam'ah Nasution, R.S. 2022. The Influence Of Product Variety, Price, Promotion, And Service Quality On Repurchase
- Lestari, B. & Novitaningtyas, I. 2021. Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2(3),150–159.
- More, K., Djuang, G., & Amaral, M. A. L.2022. Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Masyarakat Pada Toko Emas Gemilang Oeba Kota Kupang. Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19: Membaca Peluang Dan Tantangan, 1(September), 264–280.
- Sasongko, T., Askiyanto, M., & Yuniarti, Y. 2023. Pengaruh Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Anvibi Café Malang. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi, 11(1), 45–53.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Ula, R., Fauzi, A., Intan, Z., Permata, D., & Setiawan, H. 2023. Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science the Influence of Taste And Product Variance On Purchase Decision Of Mie Gacoan Madiun. Ajmesc, 03(03), 1072–1088.