

SKRIPSI

**PENGARUH VARIAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI TS36
CAFÉ BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**MUHAMMAD FISA NURREZA
NIM. 200604058**

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025 M/1447 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Fisa Nurreza
NIM : 200604058
Program Studi : Ilmu Ekonomi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya :

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 28 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Fisa Nurreza

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Minat Beli Ulang di TS36 Café Banda Aceh**

Disusun oleh:

Muhammad Fisa Nurreza
NIM: 200604058

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh

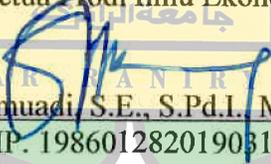
Pembimbing I,


Marwiyati, SE., MM
NIP. 197404172005012002

Pembimbing II,


Cut Elfida, S.HI., MA
NIP. 19891212202321076

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi,


Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si
NIP. 198601282019031005

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang di TS36 Café Banda Aceh

Muhammad Fisa Nurreza

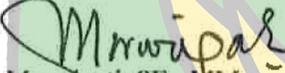
NIM: 200604058

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) dalam Bidang Ilmu
Ekonomi

Pada Hari/Tanggal : Senin, 25 Agustus 2025 M
22 Muharram 1447 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,



Marwiyati, SE., MM

NIP. 197404172005012002

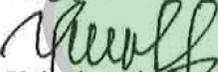
Sekretaris,



Cut Elfida, S.HI., MA

NIP. 19891212202321076

Penguji I,



Yulindawati, SE., MM

NIP. 197907133014112002

Penguji II,



Junia Farma, Ag

NIP. 199206142019032039

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,



Prof. Dr. Majas Furdani, M.Ec

NIP. 198006252009011009





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhammad Fisa Nurreza
NIM : 200604058
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
E-mail : 200604058@student-ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir KKKU Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang di TS36 Café Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut. **جامعة الرانيري**
UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 28 Agustus 2025

Mengetahui,

Penulis,

Muhammad Fisa Nurreza
NIM. 200604058

Pembimbing I,

Marwiyati, SE., MM
NIP. 197404172005012002

Pembimbing II,

Cut Lida, S.HI., MA
NIP. 19891212202321076

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr.Wb

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “ **PENGARUH VARIAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG DI TS36 CAFE BANDA ACEH**”. Tidak lupa pula, shalawat beserta salam penulis limpahkan kepada pangkuan alam Baginda Rasulullah Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau-lah kita telah dituntunnya dari alam jahiliyah ke alam islamiyah, dari alam kegelapan ke alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan, seperti yang kita rasakan pada saat ini. Skripsi ini merupakan kewajiban yang harus penulis selesaikan dalam rangka melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam rangka pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dimana pada kesempatan ini penulis menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

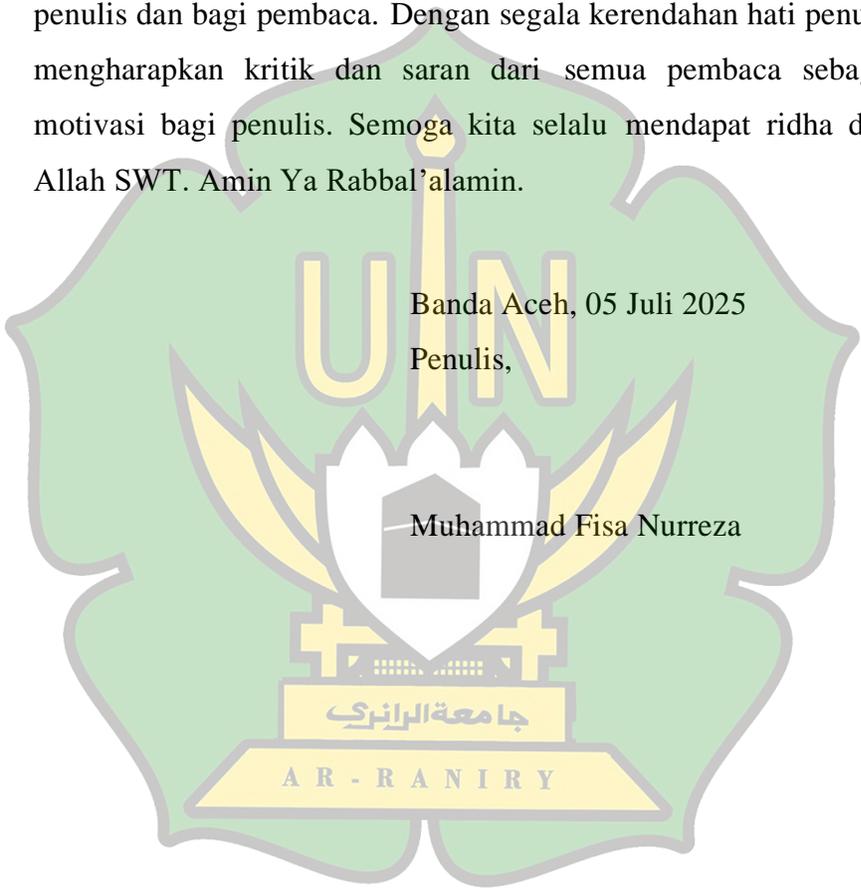
2. Ismuadi, S.E., S.Pd.I., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Ulya Azra, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Ekonomi.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.H.I., M.E sebagai ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Marwiyati, S.E., MM selaku pembimbing I dan Cut Elfida S.HI.,MA selaku Pembimbing II yang telah sangat banyak meluangkan waktu, masukan, saran dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Marwiyati, S.E., MM. selaku dosen Penasehat Akademik (PA) yang telah memberikan nasehat dan motivasi terbaik kepada penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Ekonomi serta segenap dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan arahan kepada penulis.
6. Orang tua yang penulis cintai, Ayah dan Ibu yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat serta dorongan kepada penulis sehingga skripsi ini selesai.
7. Teruntuk sahabat dan teman terima kasih telah membantu dan menemani penulis semasa perkuliahan. Terima kasih untuk dukungan, kritik dan saran yang sangat memotivasi penulis. Dan terima kasih juga kepada teman-teman seperjuangan Program Studi Ilmu Ekonomi angkatan 2020.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki. Penulis berharap semua yang dilakukan menjadi amal ibadah dan dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca. Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pembaca sebagai motivasi bagi penulis. Semoga kita selalu mendapat ridha dari Allah SWT. Amin Ya Rabbal'alamin.

Banda Aceh, 05 Juli 2025

Penulis,

Muhammad Fisa Nurreza



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ḍ	24	م	M
10	ر	AR - R A N I R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ظ	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
َ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haul*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
اَ / اِي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
اِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
اُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ	:	<i>qāla</i>
رَمَى	:	<i>ramā</i>
قِيلَ	:	<i>qīla</i>
يَقُولُ	:	<i>yaqūlu</i>

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

- Ta marbutah* (ة) hidup
Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- Ta marbutah* (ة) mati
Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
- Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al,

serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *Raudah al-atfāl/ raudatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul
Munawwarah*

طَلْحَةَ : *Talḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan *Misr*; Beirut, bukan *Bayrut*; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan *Tasawuf*.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Fisa Nurreza
NIM : 200604058
Fakultas/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Illmu Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Di TS36 Cafe Banda Aceh
Pembimbing I : Marwiyati, SE., MM
Pembimbing II : Cut Elfida, S.HI., MA

TS36 merupakan salah satu kafe bergaya klasik kolonial yang didominasi oleh material kayu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh varian produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh. Metode yang digunakan adalah metode kausal yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih dalam suatu penelitian. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang konsumen di TS36 Cafe Banda Aceh yang telah membeli produk dan bersedia menjadi responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa varian produk berpengaruh terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh. Harga berpengaruh terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh dan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli ulang di TS36 Café Banda Aceh. Varian produk, harga dan kalitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh.

Kata Kunci: Varian Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI....	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...	x
ABSTRAK	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Ruang lingkup Penelitian	11
1.6 Sistematika Penelitian	11
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Minat beli ulang	13
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli Ulang	13
2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	16
2.1.1.3 Dimensi Minat Beli ulang	17
2.1.2 Varian Produk	18
2.1.2.1 Pengertian Varian Produk.....	18
2.1.2.2 Indikator Varian Produk	20
2.1.3 Harga.....	21
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	21
2.1.3.2 Tujuan Penetapan Harga	24
2.1.3.3 Indikator Harga	28
2.1.4 Kualitas pelayanan	29
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	29

2.1.4.2 Indikator / Dimensi – dimensi Kualitas Pelayanan.....	31
2.2 Penelitian Sebelumnya	32
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	36
2.3.1 Pengaruh Varian Produk Terhadap Minat Beli ulang.....	36
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	37
2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	38
2.4 Kerangka Pemikiran	39
2.5 Hipotesis Penelitian	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
3.1 Desain Penelitian.....	41
3.1.1 Jenis Penelitian.....	41
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.3 Sumber Data	44
3.4 Variabel Penelitian.....	44
3.4.1 Variabel Bebas.....	44
3.4.2 Variabel Terikat	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Defenisi dan Operasional Variabel.....	46
3.7 Teknik Analisis Data.....	47
3.8 Pengujian Data.....	48
3.8.1 Pengujian Validitas.....	48
3.8.2 Uji Reliabilitas	49
3.9 Pengujian Asumsi Klasik	50
3.9.1 Uji Normalitas.....	50
3.9.2 Uji Multikolinieritas.....	50
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.10 Pengujian Hipotesis	51
3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	52
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	52
3.10.3 Koefisien Korelasi (R).....	53
3.10.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	56
4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Karakteristik Responden	57
4.2.2 Pengujian Data	60
4.2.2.1 Uji Validitas	60
4.2.2.2 Uji Reabilitas	61
4.2.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	62
4.2.4 Pengujian Asumsi Klasik	69
4.2.4.1 Uji Normalitas.....	69
4.2.4.2 Uji Multikolinieritas.....	71
4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas	72
4.2.5 Pengujian Hipotesis.....	73
4.3 Pembahasan	79
4.3.1 Pengaruh Varian Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	79
4.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang.....	80
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang.....	81
4.3.4 Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	92
BIODATA PENULIS	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Varian Produk.....	4
Tabel 1.2 Harga	5
Tabel 1. 3 Kualitas Pelayanan	7
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	34
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	45
Tabel 3.2 Defenisi Operasional Variabel	46
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.2 Usia Responden	58
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	59
Tabel 4.4 Penghasilan Responden	59
Tabel 4.5 Uji Validitas Kuesioner Penelitian	60
Tabel 4.6 Uji Reabilitas Kuesioner Penelitian.....	62
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Varian Produk	63
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Harga	64
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan ...	66
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli Ulang	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolineritas.....	71
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Berganda	73
Tabel 4.13 Hasil Uji F (Simultan)	76
Tabel 4. 14 Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	70
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	92
Lampiran 2 Nilai-Nilai r Product Moment Pada Keyakinan 95%	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan pada sektor dunia bisnis semakin meningkat. Peningkatan ini dikarenakan masyarakat sudah menjadikan cafe / warkop sebagai gaya hidup terutama para kalangan muda. Beberapa tahun terakhir industri warkop semakin tumbuh berkembang seiring dengan munculnya berbagai produk-produk olahan kopi baik dari dalam maupun luar negeri dengan kualitas dan pelayanan berbasis pada orientasi pasar *modern* dan *update*. Produk kopi yang menunjukkan kesuksesan dalam merebut pangsa pasar di Indonesia salah satunya adalah kopi yang berasal dari dalam maupun luar negeri dengan berbagai merek dan cita rasa beragam yang ditawarkan sesuai gaya hidup terutama konsumen muda.

Kebiasaan minum kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu kala. Dikarenakan, Indonesia merupakan salah satu negara produsen dan eksportir kopi terbesar di dunia. Produksi kopi yang tinggi tersebut menjadi sebuah peluang bagi pelaku bisnis untuk mengolahnya menjadi sebuah minuman olahan berbahan dasar kopi karena minuman kopi sudah menjadi sebuah kebiasaan bagi beberapa kalangan.

Kafe berasal dari bahasa Perancis "*Café*" yang kemudian diartikan kafe merupakan sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang menyerupai restoran dalam sistem pelayanan pengunjung, yang dapat digunakan sebagai tempat santai

dan ngobrol sambil dihibur oleh alunan musik. TS36 merupakan salah satu kafe bergaya klasik kolonial yang didominasi oleh material kayu. Terletak dipertengahan Kota Banda Aceh tepatnya di kawasan Museum Tsunami Aceh. Menurut Nurfariza (2021:7), Pemasaran adalah suatu kegiatan menyeluruh, terpadu, dan terencana, yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar dengan cara menciptakan produk bernilai jual, menentukan harga, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan saling bertukar tawaran yang bernilai bagi konsumen, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran adalah suatu kegiatan yang menyeluruh, terpadu dan terencana yang dilakukan oleh organisasi atau institusi yang menghasilkan prestasi kerja serta kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Manajemen Pemasaran adalah merupakan alat analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan utama perusahaan yaitu memperoleh laba.

Menurut Mawarni (2021:14) Produk adalah barang yang ditawarkan atau dijual dipasaran yang berguna untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan para konsumen. Variasi produk adalah suatu kondisi tersedianya barang dengan jumlah dan jenis yang bervariasi, sehingga terdapat banyak pilihan jika konsumen akan membeli. Variasi produk menurut Ramadhani (2022:09) adalah

kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli, adanya variasi produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Variasi produk adalah tersedianya semua jenis produk mulai dari banyaknya jumlah produk itu, sesuai dengan selera dan keinginan para konsumen serta ketersediaan produk yang ditawarkan untuk dimiliki, digunakan.

Variasi atau keragaman produk adalah suatu daya tarik dari sebuah bisnis yang memberikan serta menyediakan beberapa pilihan produk yang beragam, jadi konsumen bisa memilih produk apa yang mereka butuhkan pada saat itu dan sesuai dengan selera masing-masing. TS36 Cafe Banda Aceh merupakan salah satu kafe yang cukup populer di kalangan masyarakat, terutama generasi muda. Dengan konsep kekinian, kafe ini menawarkan beragam menu makanan dan minuman, serta menghadirkan suasana yang nyaman bagi pengunjung. Namun, di tengah meningkatnya jumlah kafe baru di Banda Aceh, TS36 Cafe perlu memahami faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat beli ulang konsumennya agar tetap kompetitif. Variasi produk yang disajikan oleh TS36 cafe berupa berbagai jenis makanan dan minuman sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Tabel 1.1
Varian Produk

No.	Penilaian	Varian Produk
1.	Sangat Lengkap	5
2.	Lengkap	10
3.	Kurang Lengkap	3
4.	Tidak Lengkap	2
5.	Sangat Tidak Lengkap	-

Sumber : Hasil wawancara konsumen di TS36 (2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa ada 5 orang yang menyatakan bahwa produk yang di sajikan oleh TS36 sangat lengkap, 10 orang mengatakan produk yang disajikan lengkap, 3 orang menyatakan kurang lengkap dan 2 orang lagi mengatakan tidak lengkap karena ada beberapa makanan dan minuman yang dia inginkan tidak tersedia.

Menurut jhonatan (2021:24) mengatakan bahwa harga adalah nilai suatu barang yang dapat ditunjukkan dalam bentuk uang untuk ditukarkan dengan produk lain yang memungkinkan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Produsen harus mengikuti perkembangan harga di pasar dan harus mengetahui posisi perusahaan dalam situasi pasar secara keseluruhan. Penetapan harga di T36 ditentukan dengan kualitas produk yang disajikan sehingga para konsumen dapat memesan makanan atau minuman sesuai dengan harga yang diinginkan. Menurut Novtialdy (2022:12) Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau yang dikenakan atas sebuah produk atau jasa. Harga menjadi suatu ukuran pengganti

untuk mutu produk manakala para pembeli mengalami kesulitan dalam mengevaluasi produk yang kompleks. Sistem penentuan harga harus konsisten pula dengan jumlah kendala global yang unik. Terdapat empat tujuan kunci penentuan harga, antara lain:

1. **Maksimalisasi Laba** Dalam rangka memaksimalkan laba usaha, perusahaan membutuhkan jumlah data unit yang dapat dijual pada harga yang berbeda, ditambah estimasi biaya variable dan tetap.
2. **Maksimalisasi Pendapatan Perusahaan** yang ingin mendapatkan pertumbuhan pasar sering bersedia mengorbankan sedikit keuntungan demi volume penjualan yang lebih tinggi.
3. **Maksimalisasi Pangsa Pasar Bertujuan** untuk mendapatkan posisi akan mengorbankan berbagai keuntungan dan pendapatan.
4. **Kepemimpinan Mutu Bertujuan** untuk memimpin suatu citra seperti pemimpin mutu disebuah pasar. Para pembeli cenderung menyukai produk berharga lebih mahal manakala harga merupakan satu-satunya informasi yang tersedia.

Tabel 1.2
Harga

No.	Penilaian	Harga
1.	Sangat Terjangkau	5
2.	Terjangkau	13
3.	Kurang Terjangkau	2
4.	Tidak Terjangkau	-
5.	Sangat Tidak Terjangkau	-

Sumber : Hasil wawancara konsumen di TS36 (2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa, ada 5 orang konsumen yang menyatakan bahwa harga yang diberikan oleh TS36 sangat terjangkau. 13 orang lainnya menyatakan harga cukup terjangkau disemua kalangan ekonomi dan 2 orang lagi menyatakan harga yang diberikan kurang terjangkau bagi kalangan pelajar atau mahasiswa.

Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono dalam Rezky (2021:14) kualitas pelayanan adalah mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan espektasi pelanggan. Menurut Sinambela (2019:3) Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen. kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan

merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. T36 menyajikan kualitas pelayanan yang cukup baik bagi para konsumen, kecepatan dan keramahan yang di berikan membuat para konsumen menjadi nyaman.

Tabel 1. 3
Kualitas Pelayanan

No.	Penilaian	Kualitas Pelayanan
1.	Sangat Memuaskan	5
2.	Memuaskan	13
3.	Kurang Memuaskan	2
4.	Tidak Memuaskan	-
5.	Sangat Tidak Memuaskan	-

Sumber : Hasil wawancara konsumen di TS36 (2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa, ada 5 orang konsumen menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh TS36 sangat memuaskan, para karyawan bekerja sangat baik untuk melayani kebutuhan konsumen, 13 orang lainnya hanya menyatakan Puas atas pelayanan yang diberikan oleh TS36 dan 2 orang menyatakan kurang puas atas apa yang mereka rasakan tentang pelayanan yang diberikan oleh TS36 Café.

Minat beli ulang menunjukkan keinginan pembeli untuk melakukan kunjungan ulang dimasa yang akan datang. Perilaku pembelian ulang sering kali dikaitkan dengan loyalitas. Namun keduanya berbeda, perilaku pembelian ulang hanya menyangkut pembelian ulang merek tertentu yang sama secara berulang-ulang, sedangkan loyalitas mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu. Pengertian minat beli ulang menurut Putriani

(2019:48) yaitu Tindakan konsumen pasca pembelian, terjadinya kepuasan atau ketidakpuasan pasca pembelian konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya, jika konsumen puas maka akan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana seseorang mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Minat yang muncul dalam melakukan pembelian menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat dan yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengaktualisasi apa yang ada dalam benaknya tersebut, Pintoro (2022:191).

Berdasarkan hasil survey awal terhadap konsumen di lokasi penelitian TS36 cafe Banda Aceh diketahui bahwa Taman Sari 36 beroperasi mulai hari senin - minggu pukul 10:00 – 22:00 wib. Varian produk yang disajikan cukup menarik, sebagai pilihan makanan dan minuman membuat para konsumen memiliki banyak pilihan untuk di konsumsi. Varian makanan diantaranya adalah spageti aglio olio, olahan dimsum, *chicken wing fire marinated*, mie instan rempah dan masih banyak olahan makanan lainnya. Untuk varian produk

minuman tersedia berbagai macam minuman kopi dan minuman segar lain yang dapat dinikmati oleh konsumen. Untuk harga juga bervariasi sesuai dengan makanan dan minuman yang dipesan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh TS36 juga sangat ramah dan cepat tanggap sehingga membuat para konsumen ingin melakukan pembelian ulang di TS36 cafe.

Setelah mewawancarai responden awal sebanyak 20 orang, diketahui bahwa di TS36 cafe memiliki varian produk yang cukup banyak, akan tetapi ada beberapa konsumen yang mengatakan bahwa ketersediaan produk yang dipesan sering sekali tidak tersedia dengan alasan habis atau beberapa konsumen merasa varian produk yang di sajikan kurang lengkap. Untuk harga yang ditetapkan juga sesuai dengan kualitas makanannya akan tetapi beberapa konsumen merasa harganya mahal untuk beberapa olahan dimsum dan menu minumannya. Untuk kualitas pelayanan hanya beberapa orang yang merasa pelayanannya sedikit lama sewaktu keadaan cafe ramai.

Berdasarkan fenomena masalah di atas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Varian Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Di TS36 cafe Banda Aceh”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh varian produk secara parsial terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh?
2. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh?
4. Bagaimana pengaruh varian produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh varian produk secara parsial terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui pengaruh varian produk, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat beli ulang di TS36 Cafe Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan sebagai bukti empiris adanya pengaruh varian produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang suatu produk khususnya di TS36 Cafe Banda Aceh.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi dan bahan bacaan mengenai ilmu pemasaran khususnya pengaruh varian produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang suatu produk khususnya di TS36 Cafe Banda Aceh, baik bagi peneliti, pembaca, maupun pengelola TS36 Cafe Banda Aceh.

1.5 Ruang lingkup Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas, maka permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini dibatasi dengan Varian Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang di TS36 Cafe Banda Aceh.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti penelitian ini, maka sistematika dalam pembahasan disusun sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Bab I menguraikan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian

2. Bab II Landasan Teori

Bab II merupakan kerangka teori dan landasan teori yang terdiri dari teori, temuan penelitian terkait, model penelitian atau kerangka berpikir

3. Bab III Metode Penelitian

Bab III, merupakan bab yang membahas tentang metodologi penelitian, yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel sumber data, teknik pengumpulan data serta analisa data.

4. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas pengolahan data hasil penelitian yang sesuai dengan metode yang digunakan.

5. Bab V Penutup

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari seluruh penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada pihak terkait yang berkepentingan.