

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP
MINAT BERKUNJUNG DI DE'TUIK RESTO & RESORT
BANDUNG**

***(THE INFLUENCE OF PRODUCT DIVERSITY AND LOCATION ON
INTERESTS IN VISITING DE'TUIK RESTO & RESORT BANDUNG)***

Talitha Marta Ainillah¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
Talithamarta99@gmail.com

Erie Hidayat Sukriadi²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
Rie86.hidayat@gmail.com

Arisman Muchtar³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata YAPARI
Arisman_muchtar@yahoo.com

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of product diversity and location both partial and simultaneous on the interest in visiting De'Tuik Resto & Resort Bandung. The research used quantitative methods with descriptive analysis and verificative analysis. Data collection technique employed a questionnaires by distributing questionnaires to a sample of 100 respondents. The analytical methods used are Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression Analysis, Correlation Coefficient, Determination Coefficient, t Test and F Test. Hypothesis testing using SPSS 20 for Windows. The results of this research indicate that all statement items are valid and reliable. Multiple linear regression test results have a significant and positive effect on visiting interests, namely variables in product and location diversity. The results of correlation analysis showed that the relation between variables was categorized as strong. In addition, from the F test produced F_{hitung} 207,432 is greater than F_{tabel} 3.09 so that H_0 was rejected, H_a accepted means that the variable diversity of products and locations significantly affects the interest in visiting De'Tuik Resto & Resort. The calculation of the coefficient of determination (R^2) resulted in a value of 0.810. The values showed that together the diversity of products and locations (independent variables) had an effect on visiting interests (dependent variables) by 81% and the remaining 19% were influenced by other variables not studied in this research.

Keywords: Product Diversity, Location and Visiting Interests

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan lokasi baik secara parsial maupun simultan terhadap minat berkunjung di De'Tuik Resto & Resort Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menyebarkan kuesioner kepada sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji F. Pengujian hipotesis menggunakan *SPSS 20 for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan valid dan reliable. Hasil uji regresi linier berganda berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berkunjung yaitu variabel keragaman produk dan lokasi. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara variabel dikategorikan kuat. Selain itu, dari uji F dihasilkan F_{hitung} 207,432 lebih besar dari F_{tabel} 3,09 sehingga H_0 ditolak, H_a diterima artinya variabel keragaman produk dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung di De'Tuik Resto & Resort. Perhitungan koefisien determinasi (R^2) dihasilkan nilai sebesar 0,810. Nilai menunjukkan secara bersama-sama keragaman produk dan lokasi (variabel independen) tersebut mempunyai pengaruh terhadap minat berkunjung (variabel dependen) sebesar 81% dan sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Keragaman Produk, Lokasi dan Minat Berkunjung

PENDAHULUAN

Pariwisata seyogianya pada saat ini menjadi salah satu kebutuhan penting bagi manusia ditengah banyaknya kesibukan dan rutinitas yang dijalani sehari-hari. Hal ini membuat masyarakat perkotaan membutuhkan suatu tempat untuk melepas kepenatan setelah melakukan rutinitas yang dijalani. Aktivitas yang dapat dilakukan dalam melepas kepenatan itu biasanya seperti bersantai, makan, minum, mendengarkan musik, ataupun sekedar berkumpul dengan teman-teman atau kerabat. Berbagai tempat dan wilayah lokasi pariwisata, di antaranya di Provinsi Jawa Barat. Provinsi Jawa Barat merupakan salah satu provinsi tujuan wisata, baik oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Kota Bandung merupakan ibu kota dari Provinsi Jawa Barat yang memiliki potensi besar di bidang pariwisata khususnya wisata kuliner.

Di era globalisasi ini perkembangan wisata kuliner di Indonesia berkembang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari kebutuhan dan gaya hidup masyarakat Indonesia sekarang, terutama di kota-kota besar dapat merubah gaya hidup masyarakat saat ini menjadi konsumtif. Kota Bandung mempunyai karakteristik masyarakat yang cenderung gaya hidupnya adalah makan di luar rumah ataupun sekedar nongkrong. Berkembangnya gaya hidup yang terjadi di Bandung, mengakibatkan semakin banyaknya tempat nongkrong seperti *cafe*, restoran, *foodcourt*, warung makan yang terdapat di dalam maupun di luar pusat perbelanjaan (*mall*). Dikenal dengan sebutan kota kuliner, hampir di setiap sudut kota tersebar berbagai jenis makanan mulai dari yang berkelas kalangan atas sampai warung pinggir jalan ataupun kaki lima. Melihat hal ini dan perkembangan gaya hidup

masyarakat yang membuat kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup, menjadi pendorong terciptanya persaingan ketat para pelaku bisnis kuliner dalam menjalankan usaha *cafe* dan restoran. Dengan adanya *cafe* dan restoran ini dinilai yang paling sesuai dengan gaya hidup kaum milenial saat ini. Suasana *cafe* dan restoran yang nyaman, beragamnya menu yang berkualitas dengan harga yang terjangkau lalu fasilitas yang menarik tentu menjadi alasan bagi masyarakat untuk melepas kepenatan dan kumpul berlama-lama di *cafe* dan restoran sebagai tempat yang dipilih. Salah satunya adalah D'Tuik Resto & Resort yang terletak di Jalan Bojong Koneng Atas Kampung Haur Manggung Cikutra, Cibeunying Kidul, Cimenyan, Bandung. Dengan tingkat kunjungan dalam 3 (tiga) tahun terakhir sebagai berikut:

Tabel 1
Jumlah Kunjungan

Tahun	Jumlah Kunjungan
2019	24.800
2020	20.600
2021	32.100

Sumber: Manajemen De'Tuik Resto & Resort Bandung

Data dalam tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat kunjungan ke Resto & Resort tersebut mengalami fluktuatif hal ini dimungkinkan disebabkan oleh adanya pandemiK yang sedang melanda di negara kita. Menyadari hal ini para pelaku bisnis dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam menjalankan bisnisnya. Oleh sebab itu agar dapat tetap bertahan dan bersaing, para pelaku bisnis perlu merancang strategi yang tepat untuk meningkatkan minat berkunjung konsumen. Salah satu strategi dalam meningkatkan minat berkunjung ialah keragaman produk pada resto itu sendiri. Menurut Engels dalam penelitian Raharjani (2005), konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman produk yang ditawarkan oleh penjual. Akan lebih mudah bagi restoran untuk menarik minat konsumen agar bersantap di tempat jika restoran menyediakan menu yang beragam. Dengan banyaknya menu pilihan yang disediakan oleh restoran, maka akan memudahkan bagi konsumen untuk memilih menu sesuai yang diinginkan. Tentu hal tersebut dilakukan Resto & Resort untuk menaikkan tingkat pembelian konsumen.

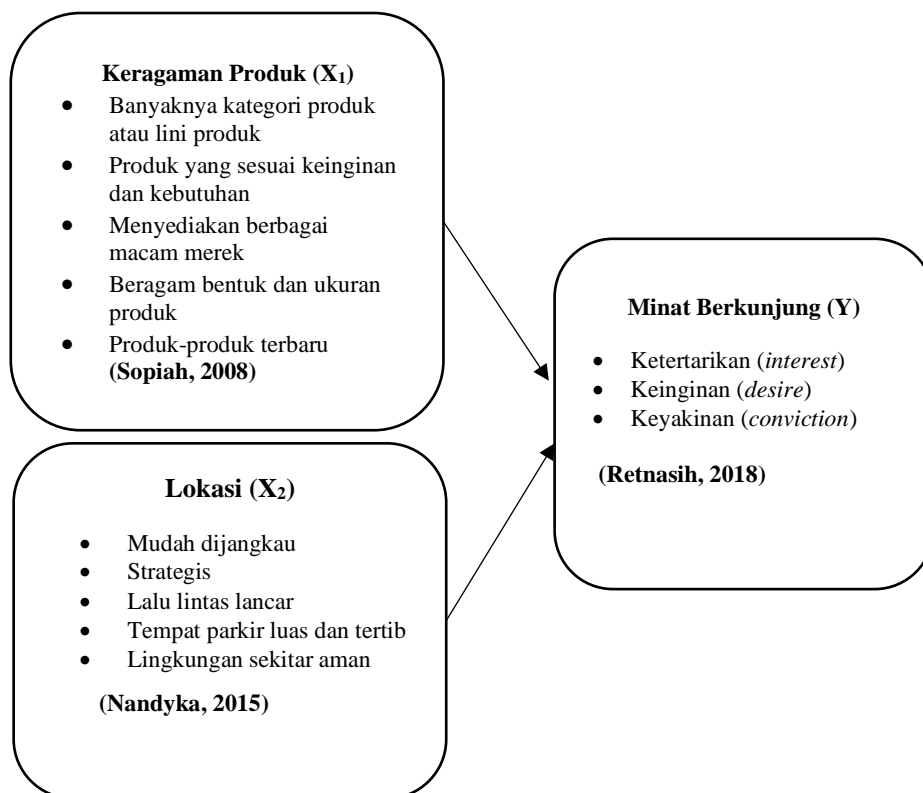
Akan tetapi keragaman produk di De'Tuik Resto & Resort ini belum beragam, sebagai contoh kualitas makanan yang ada dan tampilan sajian makanannya belum cukup menarik di mata konsumen. Sehingga sajian makanan yang ditawarkan masih terlihat monoton atau "biasa - biasa saja". Menu De'Tuik Resto & Resort didominasi dengan makanan khas sunda dan tidak banyak menu *western*. Selain faktor keragaman produk, perlu kita ketahui bahwa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk berminat berkunjung adalah menentukan lokasi yang tepat. Karena lokasi adalah hal yang dipertimbangkan seseorang atau sekelompok orang dalam memutuskan untuk makan di restoran. Suatu lokasi disebut strategis bila berada di pusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya transportasi umum, kelancaran arus lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen, kelancaran arus pejalan kaki, dan sebagainya

(Raharjani, 2005).

Akan tetapi lokasi De'Tuik Resto & Resort ini tidak strategis karena letaknya yang jauh dari perkotaan. Sehingga mengakibatkan sulitnya konsumen untuk menjangkau tempat usaha. Akses jalan menuju kesana menanjak dan cukup kecil lalu saat malam hari tidak ada lampu penerangan di sekitar jalan.

Penulis memilih kedua faktor yaitu keragaman produk, dan lokasi untuk diteliti pengaruhnya karena penulis sendiri merasa produk yang ditawarkan relatif standar. Dan penulis merasa lokasi De'Tuik Resto & Resort ini tidak strategis karena letaknya yang jauh dari perkotaan. Sehingga mengakibatkan sulitnya konsumen untuk menjangkau tempat usaha.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan dalam paradigma sebagai berikut:

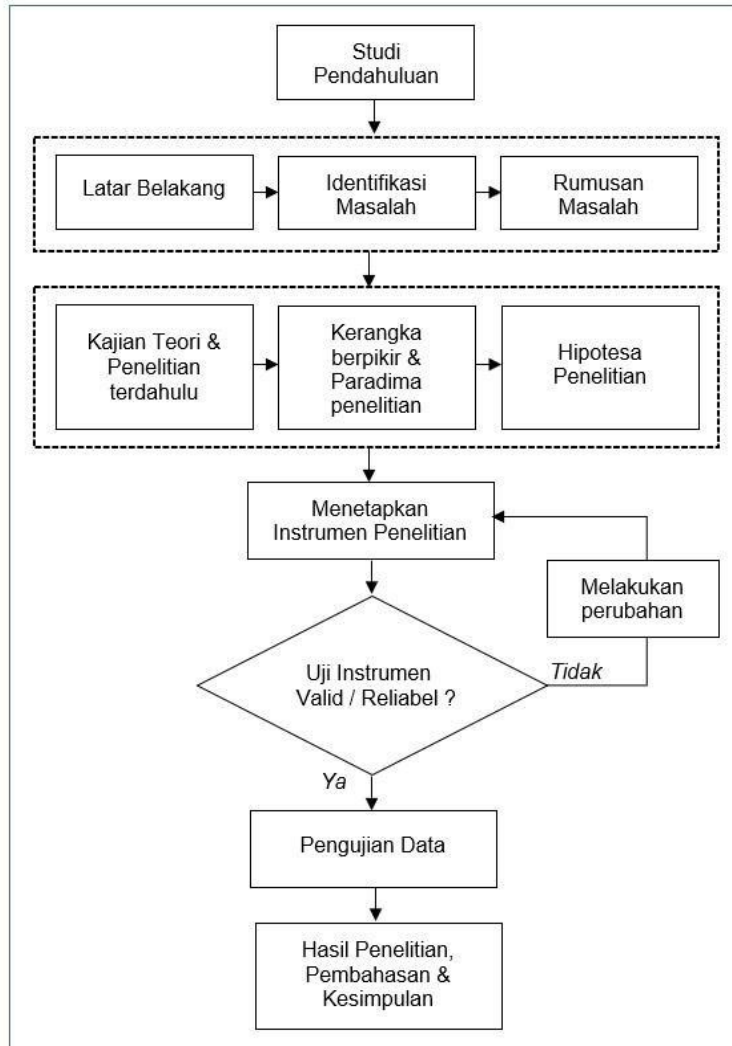


Gambar 1
Paridigma Penelitian

METODOLOGI PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena dalam penelitian ini bersumber dari teori yang sudah ada dan ingin membuktikan sejauhmana kesesuaian dengan masalah yang terjadi di lokus. Dalam Edison, dkk. (2020) menyatakan bahwa, desain penelitian yang disusun merupakan gambaran tentang seluruh

proses yang diperlukan dalam pelaksanaan penelitian, sehingga hasil penelitian dapat dilakukan dengan baik dan terstruktur dengan mengikuti langkah-langkah yang ada.



Gambar 2
Desain Penelitian
 Sumber: Edison., dkk (2020)

Skala pengukuran untuk mengolah data hasil jawaban responden terhadap angket yang telah disebar, penulis menggunakan skala ordinal. Kuesioner ini terdiri atas sejumlah pernyataan yang semuanya menunjukkan sikap terhadap suatu objek tertentu atau menunjukkan ciri tertentu yang dapat diukur. Untuk setiap pernyataan, disediakan sejumlah alternatif tanggapan yang berjenjang atau bertingkat. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung yang pernah datang ke D'Tuik Resto & Resort, sedangkan untuk sampel menggunakan rumus Isaac dan Michael dalam Sugiyono (2015). Dari hasil penghitungan didapat sampel sebanyak 98,1948 dibulatkan menjadi 100 responden.

1. Teknik Pengumpulan Data dilakukan melalui:
 - a. *Kuesioner/Angket*, Suatu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden. Angket yang digunakan yaitu angket terstruktur di mana pertanyaan dan jawaban telah tersedia.
 - b. *Literatur*. Dalam penelitian ini didukung oleh literatur-literatur sehingga dapat memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.
2. Uji Validitas dan Reliabilitas
 - a. Uji Validitas menurut Sugiyono (2008) “instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur”. Uji validitas ini diperlukan untuk membuktikan apakah tiap butir item pernyataan pada angket yang digunakan merupakan alat ukur yang valid atau tidak valid. Karena jika terbukti tidak valid item pernyataan tersebut harus dihapus atau diganti menjadi item pernyataan yang valid. Hasil dari uji validitas terhadap instrument dinyatakan valid semua.
 - b. Uji Reliabilitas menurut Sugiyono (2008) menyatakan bahwa “instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama”. Dari pernyataan tersebut diketahui bahwa apabila suatu instrumen sudah reliabel berarti instrumen tersebut dapat memberikan hasil ukur yang terpercaya, konsisten atau stabil. Maka dari itu penulis merasa perlu menguji reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari uji realibilitas dinyatakan realibel.
3. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis data yang diperoleh di analisis dengan rumus uji F dan uji t dan uji F

 - a. Uji t. Uji t melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan mengasumsikan bahwa variabel bebas lain dianggap konstan.
 - b. Uji F. Uji F melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

4. Operasional Variabel

Tabel 2
Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Keragaman produk (X₁)	1. Banyaknya kategori produk atau lini produk 2. Produk yang sesuai keinginan dan kebutuhan	1. Variasi kelengkapan produk yang ditawarkan 2. Variasi kualitas produk yang ditawarkan sesuai keinginan dan kebutuhan	Ordinal
	3. Menyediakan berbagai macam merek 4. Beragam bentuk dan ukuran produk 5. Produk-produk terbaru	3. Variasi menu produk yang ditawarkan 4. Variasi bentuk dan ukuran produk yang ditawarkan 5. Variasi produk terbaru yang ditawarkan	
Lokasi (X₂) Nandyka (2015)	1. Mudah dijangkau 2. Strategis 3. Lalu lintas lancar 4. Tempat parkir luas dan tertib Lingkungan sekitar aman	1. Lokasi mudah dijangkau 2. Lokasi mudah dilalui dengan kendaraan umum 3. Lokasi berada di tempat yang strategis 4. Akses kendaraan lancar 5. Memiliki fasilitas parkir yang memadai 6. Kondisi lingkungan nyaman Terasa nyaman karena keamanan terjamin	Ordinal
Minat Berkunjung (Y) Retnasih, (2018)	1. Ketertarikan (<i>interest</i>) 2. Keinginan (<i>desire</i>) 3. Keyakinan (<i>conviction</i>)	1. Tertarik untuk mencari informasi mengenai produk 2. Adanya stimuli atau dorongan 3. Tertarik untuk mencoba 4. Mempertimbangkan untuk membeli 5. Ingin membeli produk. 6. Keinginan membeli ketika ada promo	Ordinal

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan meliputi aspek: 1) Keragaman Produk; 2) Lokasi 3) Minat Berkunjung 4) Pengaruh keragaman produk terhadap minat berkunjung, 5) Pengaruh lokasi terhadap minat berkunjung, dan 6) Pengaruh keragaman produk dan lokasi terhadap minat berkunjung. Diuraikan sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

a. Keragaman Produk

Tanggapan responden mengenai keragaman produk berdasarkan kuesioner dapat dilihat dalam Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3
Tanggapan Responden Terhadap Keragaman Produk

No.	Dimensi	Skor
1	Banyaknya kategori produk atau lini produk	3,51
2	Produk yang sesuai keinginan dan kebutuhan	3,27
3	Menyediakan berbagai macam merek	3,24
4	Beragam bentuk dan ukuran produk	3,45
5	Produk-produk terbaru	3,23
Total		16,7
Mean		3,34

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa *mean* variabel keragaman produk sebesar 3,34 dengan kategori “Cukup Baik”. Skor tertinggi yaitu 3.51 berada pada dimensi banyaknya kategori produk atau lini produk dengan kategori baik. Dan untuk skor terendah yaitu 3,23 berada pada dimensi produk-produk terbaru dengan kategori cukup baik.

b. Lokasi

Tanggapan responden mengenai lokasi berdasarkan hasil kuesioner dapat dilihat dalam Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4
Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Lokasi

No.	Dimensi	Skor
1	Mudah dijangkau	3,25
2	Strategis	3,06
3	Lalu lintas lancar	3,34
4	Tempat luas dan tertib	3,36
5	Lingkungan sekitar aman	3,24
Total		16,25
Mean		3,25

Variabel lokasi diketahui rata-rata sebesar 3,25 dengan kategori “Cukup Baik”. Skor tertinggi yaitu 3,36 berada pada dimensi tempat luas dan tertib dengan kategori cukup baik. Dan untuk skor terendah yaitu 3,06 berada pada dimensi strategis dengan kategori cukup baik.

c. Minat Berkunjung

Tanggapan responden mengenai minat berkunjung berdasarkan hasil kuesioner dapat dilihat dalam Tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5
Akumulasi Tanggapan Responden Terhadap Minat Berkunjung

No.	Dimensi	Skor
1	ketertarikan (<i>interest</i>)	3,43
2	keinginan (<i>desire</i>)	3,2
3	keyakinan (<i>conviction</i>)	3,32
Total		9,95
<i>Mean</i>		3,31

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa *mean* variabel lokasi sebesar 3,31 dengan kategori “Cukup Baik”. Skor tertinggi yaitu 3,43 berada pada dimensi ketertarikan (*interest*) dengan kategori baik. Dan untuk skor terendah yaitu 3,2 berada pada dimensi keinginan (*desire*) dengan kategori cukup baik.

2. Analisis Verifikatif

Penelitian ini menggunakan model Regresi Linier Berganda karena memiliki tiga variabel, yaitu variabel keragaman produk (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap minat berkunjung (Y), analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel keragaman produk dan lokasi (independen) terhadap minat berkunjung (dependen). Dengan menggunakan bantuan SPSS Statistics 20 didapat model regresi seperti pada tabel berikut:

Tabel 6
Hasil Persamaan Regresi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.800	1.039		-.770	.443
	X1	.489	.065	.398	7.478	.000
	X2	.549	.048	.615	11.548	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 6 di atas, dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$$

$$Y = -800 + 0,489 + 0,549 + \varepsilon$$

Nilai koefisien variabel Keragaman Produk (X_1) sebesar 0,489 dan Lokasi (X_2) sebesar 0,549. Hal ini mengandung arti Minat Berkunjung (Y) akan meningkat apabila variabel Keragaman Produk (X_1) dan Lokasi (X_2) mengalami peningkatan.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi merupakan hasil seberapa besar hubungan antara variabel Keragaman Produk (X_1) dan Lokasi (X_2) dengan Minat Berkunjung (Y). Pada penelitian ini, untuk melihat hubungan antara kedua hubungan variabel tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7
Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 ^a	.810	.807	1.87735

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel 7 di atas, koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,810 (81%), dimana sisanya 19% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan hasil Uji Signifikan secara Parsial (Uji Statistik t) maka dapat dilihat dalam tabel 6 dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai sebesar 7,478 untuk Keragaman Produk dan 11,548 untuk Lokasi, kedua nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} 1,66. Sedangkan nilai signifikansi untuk Keragaman Produk sebesar 0.000 dan Lokasi sebesar 0,000, nilai tersebut $< 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Keragaman Produk dan Lokasi terhadap Minat Berkunjung secara parsial. Sehingga hipotesis 1 dan 2 dapat diterima.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hasil uji F dikonsultasikan dengan F_{tabel} . Syarat hipotesis dapat diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$. Kriteria lainnya adalah apabila $p\ Value < 0,05$ maka hipotesis diterima dan H_0 ditolak. Hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1462.168	2	731.084	207.432	.000 ^b
	Residual	341.872	97	3.524		
	Total	1804.040	99			

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

Berdasarkan hasil Uji Signifikan secara Simultan (Uji Statistik F) maka dapat dilihat dalam tabel 8 di mana F_{hitung} sebesar $207,432 > F_{tabel}$ 3,09 dan Signifikan (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Keragaman Produk dan Lokasi terhadap Minat Berkunjung secara simultan, sehingga hipotesis ke 3 (tiga) diterima.

Pembahasan

1. Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil analisis verifikatif dapat disimpulkan bahwa variabel Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung, di mana $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($7,478 > 1.66$), dan Signifikansi (Sig) $0,000 < 0.05$. Hal ini disebabkan karena konsumen De'Tuik Resto & Resort merasa bahwa dengan tersedianya berbagai macam produk yang ditawarkan akan memudahkan dalam memilih produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji (2017) dengan judul "Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Minat beli Di Luwes Delanggu" dimana hasilnya Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Berkunjung

Berdasarkan hasil analisis verifikatif Lokasi terhadap Minat Berkunjung memiliki pengaruh positif dan signifikan, di mana $t_{hitung} > t_{tabel}$, ($11,548 > 1.66$), dan Signifikansi (Sig) $0,000 < 0.05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung. Hal ini disebabkan karena konsumen De'Tuik Resto & Resort merasa bahwa, lokasi strategis, mudah dijangkau, kemudahan akses menuju lokasi, fasilitas parkir, serta keamanan mempengaruhi minat berkunjung konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fure (2013) dengan judul "Pengaruh Lokasi, Keberagaman Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca" dimana hasilnya Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung.

3. Pengaruh Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Minat Berkunjung

Keragaman Produk dan Lokasi berpengaruh terhadap Minat Berkunjung. Dilihat pada hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi diperoleh R square sebesar 0,810. Maka dapat diartikan Keragaman Produk dan Lokasi memiliki pengaruh sebesar 81% terhadap Minat Berkunjung. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel Keragaman Produk dan Lokasi sebesar 19% yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas pelayanan dan promosi. Sedangkan hasil F_{hitung} sebesar $207,432 > F_{tabel}$ 3,09 dan Signifikan (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa "terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Keragaman Produk dan Lokasi terhadap Minat Berkunjung secara simultan". Demikian hipotesis ini terbukti. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur (2016) dengan judul "Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar" dimana hasilnya Keragaman Produk dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Keragaman Produk dan Lokasi terhadap Minat Berkunjung di D'Tuik Resto & Resort Bandung, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Keragaman Produk di De'Tuik Resto & Resort Bandung setelah dilakukan penelitian dalam kategori cukup baik, dapat dikatakan cukup beragam menu-menu yang ditawarkannya.
2. Lokasi di De'Tuik Resto & Resort Bandung setelah dilakukan penelitian dalam kategori cukup baik, karena ditunjang oleh lahan parkir yang luas meskipun menuju lokasi resto tersebut kurang strategis.
3. Minat Berkunjung di De'Tuik Resto & Resort Bandung setelah dilakukan penelitian dalam kategori cukup baik, masih cukup banyak pengunjung yang datang meskipun tahun sebelumnya sempat berkurang.
4. Keragaman Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana nilai thitung sebesar 7,478 yang mana lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,66.
5. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana nilai thitung sebesar 11,548 yang mana lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,66.
6. Keragaman Produk dan Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Besarnya pengaruh keragaman produk dan lokasi terhadap minat berkunjung berdasarkan koefisien determinasi adalah sebesar 0,810 (81%) sedangkan sisanya sebesar 19% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel keragaman produk dan lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. P. (2017). *Analisis Pengaruh Harga, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Di Luwes Delunggu* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Edison, Emron., Kartika, Titing., & Azhari, Robby. (2020). *Analisa Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Keputusan Pembelian*. Bandung: STIEPAR YAPARI Press.
- Fure, Hendra. (2013). *Penelitian Pengaruh Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*. Jurnal EMBA Vol.1 No. 3 September
- Nandyka, Oggy. (2015). *Pengaruh Efektivitas Kebijakan Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Konsumen yang Berbelanja di Mirota Kampus Jalan C. Simanjuntak No. 70 Yogyakarta*. Yogyakarta: FE USD (Skripsi tidak dipublikasikan).
- Raharjani, Jeni. (2005). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja*. Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol. 2, No. 1
- Retnasih, Dwi. (2018). *Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen dan Persepsi Risiko*

Dengan Minat Beli Barang Secara Online di Lazada Online pada Mahasiswa. Diss.
Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sopiah, Syihabuddin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CV Andi Offset.