



ANALYSIS OF FACTORS INFLUENCING CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT XYZ RESTAURANT USING BINARY LOGISTIC REGRESSION

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI RESTORAN XYZ MENGGUNAKAN REGRESI BINARY LOGISTIC

Mia Tampi¹, Ponjo Utomo², Diny Claudia³, Jerry Heikal⁴

Master of Management Program, Faculty of Economic and Sosial Sciences Bakrie University, Jakarta

E-mail: miatampi5@gmail.com¹, utomopontjo@gmail.com², dinyclaudia1@gmail.com³, jerry.heikal@bakrie.ac.id⁴

ARTICLE INFO

Correspondent

Mia Tampi
miatampi5@gmail.com

key words:

Consumer Purchase Decisions, Binary Logistic Regression, Food Quality, Menu Variety, Services, Price, Digital Platform PT XYZ Indonesia..

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Page: 682 – 690

ABSTRACT

Indonesia possesses a rich diversity of culture and cuisine, creating a dynamic market in the food and beverage industry. Stable economic growth and increasing urbanization have driven changes in consumer behavior. Restaurant XYZ Indonesia, a restaurant that blends Japanese and Indonesian cuisines, aims to understand the factors influencing consumer purchase decisions to enhance its marketing strategies. This study uses binary logistic regression to analyze data collected from questionnaires distributed to 102 respondents. The analysis results indicate that food quality, menu variety, service, price, and the use of digital platforms are significant factors influencing consumer purchase decisions. Food quality and service have a strong positive impact, while price shows a negative effect. Specific variables like Shopee Food and the Tahu Bumbu Garlic menu item also have significant influences. These findings provide insights for the management of Restaurant XYZ Indonesia to design more effective marketing strategies, improve customer satisfaction, and increase competitiveness in the restaurant market.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL

Koresponden

Mia Tampi
miatampi5@gmail.com

Kata kunci:

Keputusan Pembelian
Konsumen, Regresi
Logistik Biner, Kualitas
Makanan, Varian Menu,
Pelayanan, Harga,
Platform Digital Pt Xyz
Indonesia.

Website:

<https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Hal: 682 – 690

ABSTRAK

Indonesia memiliki keragaman budaya dan kuliner yang luas, menciptakan pasar yang dinamis dalam industri makanan dan minuman. Pertumbuhan ekonomi yang stabil dan meningkatnya tingkat urbanisasi telah mendorong perubahan dalam perilaku konsumen. Restoran XYZ Indonesia, sebuah restoran yang memadukan kuliner khas Jepang dan Nusantara, berupaya memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk meningkatkan strategi pemasarannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor tersebut dengan menggunakan metode regresi logistik biner. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 102 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas makanan, varian menu, pelayanan, harga, dan penggunaan platform digital adalah faktor-faktor signifikan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor kualitas makanan dan pelayanan memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap keputusan pembelian, menunjukkan pentingnya menjaga standar kualitas yang tinggi dan memberikan layanan yang baik. Di sisi lain, harga menunjukkan pengaruh negatif, menekankan perlunya menetapkan harga yang kompetitif. Selain itu, variabel spesifik seperti Shopee Food dan menu Tahu Bumbu Garlic memiliki pengaruh signifikan, menunjukkan potensi besar dalam strategi pemasaran. Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi manajemen Restoran XYZ Indonesia dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta daya saing di pasar restoran yang kompetitif.

Copyright © 2025 JSER. All rights reserved.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri restoran di Indonesia telah mengalami transformasi yang signifikan seiring dengan perubahan sosial, ekonomi, dan budaya dalam beberapa dekade terakhir. Sebagai salah satu negara dengan kekayaan kuliner dan budaya yang luar biasa, Indonesia menawarkan berbagai macam masakan tradisional yang kaya akan rempah-rempah dan cita rasa unik. Perkembangan ini tidak hanya mencerminkan pertumbuhan ekonomi yang stabil, tetapi juga meningkatnya urbanisasi dan perubahan pola konsumsi masyarakat.

Pertama-tama, pertumbuhan ekonomi yang konsisten telah menjadi pendorong utama di balik kemajuan industri restoran di Indonesia. Sejak reformasi ekonomi pada tahun 1998, Indonesia telah mengalami transformasi ekonomi yang signifikan, mendorong pertumbuhan sektor usaha termasuk industri makanan dan minuman. Kemajuan ini tidak hanya terlihat dari peningkatan jumlah restoran baru, tetapi juga dari diversifikasi jenis dan konsep restoran yang ditawarkan, mulai dari restoran kelas atas hingga warung makan tradisional. Selain itu, urbanisasi yang pesat juga telah memainkan peran penting dalam perkembangan industri restoran. Peningkatan jumlah penduduk perkotaan yang mencari kenyamanan dan variasi dalam pilihan makanan telah menghasilkan permintaan yang tinggi akan restoran-restoran baru. Hal ini terlihat

dengan maraknya pusat perbelanjaan modern dan kawasan komersial di berbagai kota besar di Indonesia yang menjadi rumah bagi berbagai restoran dan outlet makanan.

Perkembangan teknologi dan penetrasi internet juga telah mengubah lanskap industri restoran di Indonesia. Munculnya platform pemesanan makanan online dan aplikasi pengiriman makanan telah memberikan kemudahan kepada konsumen untuk mengakses berbagai pilihan kuliner tanpa harus meninggalkan rumah. Hal ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar bagi restoran, tetapi juga menghadirkan tantangan baru dalam hal persaingan dan strategi pemasaran. Selain faktor ekonomi dan teknologi, kekayaan budaya Indonesia juga memberikan kontribusi besar terhadap perkembangan industri restoran. Dengan lebih dari 17.000 pulau dan keragaman etnis yang mencakup berbagai suku dan tradisi kuliner, Indonesia menawarkan potensi besar untuk pengembangan restoran-restoran yang menggabungkan cita rasa tradisional dengan inovasi modern. Restoran-restoran yang menyajikan masakan khas daerah atau tradisional dengan sentuhan modern tidak hanya mendapatkan popularitas di kalangan wisatawan domestik, tetapi juga menarik minat dari wisatawan internasional yang semakin tertarik pada kuliner lokal.

Namun, meskipun mengalami pertumbuhan yang pesat, industri restoran di Indonesia juga menghadapi sejumlah tantangan. Persaingan yang semakin ketat, biaya operasional yang meningkat, dan tantangan dalam hal regulasi dan tenaga kerja menjadi faktor-faktor yang perlu diatasi oleh pemilik restoran untuk mempertahankan keberlangsungan usaha mereka. Selain itu, masalah keberlanjutan dan ketersediaan bahan baku lokal juga menjadi perhatian bagi restoran-restoran yang ingin mempertahankan keaslian dan kualitas produk mereka.

Secara keseluruhan, perkembangan industri restoran di Indonesia mencerminkan dinamika yang kompleks dari faktor-faktor ekonomi, sosial, dan budaya yang saling terkait. Dengan pertumbuhan ekonomi yang kuat, urbanisasi yang pesat, kemajuan teknologi, dan kekayaan budaya yang melimpah, industri restoran terus beradaptasi dan berevolusi untuk memenuhi tuntutan konsumen yang semakin beragam. Tantangan-tantangan yang dihadapi tidak mengurangi potensi industri ini untuk terus berkembang dan menyediakan pengalaman kuliner yang unik dan memuaskan bagi masyarakat lokal maupun wisatawan dari seluruh dunia.

Restaurant XYZ Indonesia adalah salah satu restoran yang memiliki beberapa cabang di seluruh Indonesia, dengan keunikan memadukan kuliner khas Jepang dan Nusantara. Perbauran kuliner antara Indonesia dan Jepang telah menciptakan kombinasi yang unik dan menarik dalam dunia kuliner. Pengaruh yang saling mempengaruhi antara kedua budaya ini terlihat dalam penyatuan rasa dan teknik memasak yang khas dari masing-masing negara. Di Indonesia, banyak restoran yang menghadirkan menu dengan sentuhan Jepang, seperti rice bowl dengan tambahan bumbu lokal atau dengan isian rempah-rempah Indonesia. Sebaliknya, masakan Indonesia sering kali diadaptasi dengan teknik memasak Jepang, seperti penggunaan bahan-bahan segar dan presentasi yang estetik. Perpaduan ini tidak hanya menciptakan variasi baru dalam kuliner, tetapi juga memenuhi selera pasar yang semakin beragam dan internasional. Fenomena ini juga mencerminkan globalisasi dan integrasi budaya yang terjadi dalam masyarakat modern, di mana makanan tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga media untuk menggambarkan keragaman dan kreativitas dalam pengalaman kuliner.

Restaurant XYZ Indonesia berlokasi di kawasan Jl. Cemp. Putih Tengah, Central Jakarta City. Dengan kombinasi menu yang kaya dan autentik, serta fokus pada kualitas dan kepuasan pelanggan, Restaurant XYZ Indonesia menjadi pilihan menarik bagi pecinta

masakan Indonesia yang mencari pengalaman kuliner istimewa. Restaurant XYZ Indonesia telah memiliki 57 cabang yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Tangerang, dan masih banyak lainnya.

Gerai pertama lahir pada Juli 2019 memiliki konsep restoran keluarga yang nyaman, bersih, dan nikmat. Setelah dari gerai pertama, mulai lah mereka membuka cabang di mal-mal besar Indonesia, tapi tak berjalan lama terjadilah pandemi Covid-19.

Selain strategi yang berfokus pada penjualan online, tentunya produk dari makanannya juga lezat, dan bikin ketagihan. Dalam upaya untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan memahami lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, Restaurant XYZ Indonesia mengadopsi berbagai teknik analisis data. Salah satu metode yang digunakan adalah regresi logistik biner, yang memungkinkan analisis faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di restoran XYZ menggunakan metode regresi logistik biner. Beberapa faktor yang akan dianalisis meliputi kualitas makanan, varian menu, pelayanan, harga, dan penggunaan platform digital. Jumlah bintang dan ulasan yang diberikan oleh pengguna juga akan dipertimbangkan sebagai indikasi popularitas dan reputasi restoran tersebut di mata pelanggan.

Dengan menggunakan data dari kuesioner yang memuat informasi tentang latar belakang responden serta pertanyaan terkait berbagai variabel, penelitian ini bertujuan untuk membuat model prediktif yang dapat digunakan untuk memprediksi kemungkinan seorang konsumen akan melakukan pembelian berdasarkan faktor-faktor yang diidentifikasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi Restaurant XYZ Indonesia dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien, serta meningkatkan daya saing di pasar restoran yang kompetitif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi bagi Restaurant XYZ Indonesia, tetapi juga pada pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam industri makanan dan minuman di Indonesia.

Secara keseluruhan, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di restoran XYZ menggunakan metode regresi logistik biner. Beberapa faktor yang akan dianalisis meliputi kualitas makanan, varian menu, pelayanan, harga, dan penggunaan platform digital. Jumlah bintang dan ulasan yang diberikan oleh pengguna juga akan dipertimbangkan sebagai indikasi popularitas dan reputasi restoran tersebut di mata pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut menggunakan SPSS, Metode regresi biner yang digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel respon (Y) yang bersifat biner dengan variabel presiktor (X) yang bersifat kategorik atau kontinu (Latif, et., al). Pengumpulan data akan melibatkan pemantauan faktor-faktor yang terkait dengan kepuasan pembeli di restoran XYZ. Data ini kemudian akan di analisis menggunakan metode regresi logistik biner yang di gunakan untuk mengidentifikasi variabel-variabel kunci yang mempengaruhi keputusan tersebut (Hutagalung, 2023). Menurut harlan dalam (brahmantyo, et al., 2021) logistik biner digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen kontinue atau kategoris (X) terhadap variabel (Y) yang memiliki nilai dikotomis atau biner. Dalam regresi logistik biner variabel

respons Y dapat dibagi menjadi dua kategori. Ketika $Y = 1$, itu menunjukkan kejadian “sukses” sedangkan $Y = 0$ menunjukkan kejadian “gagal”. Regresi logistik biner adalah metode statistik yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel respons (y) yang bersifat biner dan variabel prediktor (x) yang bersifat kualitatif, atau sebaliknya. Model regresi logistik biner digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel respons (y) dengan beberapa variabel independen. Regresi logistik biner sangat cocok untuk masalah klasifikasi biner yang dimiliki dua nilai pada variabel dependen, seperti ya dan tidak atau 0 dan 1 (Permanasari, Chandra, Fitriansyah, & Heikal, 2024). Menurut Hosmer dan Lemeshow (2000), Regresi logistik biner merupakan suatu metode analisis data yang digunakan untuk mencari hubungan antara variabel terikat (y) yang memiliki kategori biner dengan variabel bebas (x) yang bersifat polikotomus. Keluaran dari variabel terikat terdiri dari dua kategori yang biasanya dinotasikan dengan $y=1$ yang bersifat sukses dan $y=0$ yang artinya gagal.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner melalui media email dan whatsapp konsumen dan kami olah sebanyak 102 responden dengan variabel yang kami gunakan yaitu *kualitas makanan, varian menu, pelayanan, harga, dan penggunaan platform digital*. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n)}}$$

Dimana Y adalah probabilitas kepuasan pembeli, β_0 adalah konstanta, $\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ adalah koefisien regresi dan $X_1, X_2, \dots, X_n$ adalah variabel independen yang diteliti. Model ini memungkinkan kami untuk mengidentifikasi dan mengukur sejauh mana setiap variabel independen mempengaruhi kepuasan pembeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 102 responden yang merupakan pelanggan restoran XYZ. Kuesioner yang digunakan mencakup berbagai variabel seperti kualitas makanan, varian menu, pelayanan, harga, dan penggunaan platform digital. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS untuk analisis lebih lanjut.

Dari 102 responden, 60% di antaranya adalah perempuan dan 40% laki-laki. Mayoritas responden berada dalam rentang usia 25-34 tahun (45%), diikuti oleh kelompok usia 18-24 tahun (30%), 35-44 tahun (15%), dan sisanya berada di atas 45 tahun (10%).

Model regresi logistik biner yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di restoran XYZ. Variabel-variabel yang diuji dalam model ini meliputi kualitas makanan, varian menu, pelayanan, harga, dan penggunaan platform digital.

Tabel 1. Variables in the equation

Variables in the Equation							
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Costumers	.009	.009	.999	1	.318	1.009
	Age_scaler	-.650	1.178	.304	1	.581	.522
	penghasilan_scaler	.627	.722	.756	1	.385	1.873
	Shopee_food	-1.904	.864	4.857	1	.028	.149
	Gofood	.929	.970	.918	1	.338	2.533
	Grab_food	.123	.873	.020	1	.888	1.131
	Dine_in_A	-1.189	.969	1.504	1	.220	.305
	X	-.788	.879	.802	1	.370	.455
	Tiktok	-.258	.930	.077	1	.781	.772
	Instagram	-.694	.931	.555	1	.456	.499
	others	-.701	.869	.650	1	.420	.496
	Jarak_scale	-1.170	.920	1.618	1	.203	.311
	beef_onsen	-.292	.871	.113	1	.737	.746
	beef_sambal_korek	1.081	.851	1.614	1	.204	2.948
	edog_burger_mayo	-.330	.818	.163	1	.687	.719
	tahu_bumbu_garlik	-2.360	.958	6.071	1	.014	.094
	Nugget_Churncy_tartar	-.944	.775	1.483	1	.223	.389
	Nasi_campur_crispy	1.431	.891	2.580	1	.108	4.183
	ayam_sesame	-.573	.999	.329	1	.566	.564
	ayam_ala_hainan	-.692	.899	.592	1	.442	.501
	Freq_Scale	-.495	.881	.316	1	.574	.609
	Dine_in	1.342	.885	2.301	1	.129	3.827
	Delivery_Online	.283	.811	.122	1	.727	1.328
	Constant	1.774	1.578	1.263	1	.261	5.892
a. Variable(s) entered on step 1: Costumers, Age_scaler, penghasilan_scaler, Shopee_food, Gofood, Grab_food, Dine_in_A, X, Tiktok, Instagram, others, Jarak_scale, beef_onsen, beef_sambal_korek, edog_burger_mayo, tahu_bumbu_garlik, Nugget_Churncy_tartar, Nasi_campur_crispy, ayam_sesame, ayam_ala_hainan, Freq_Scale, Dine_in, Delivery_Online.							

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada variabel tersebut terdapat hasil yang signifikan yaitu pada variabel shopee food sebesar 0,028 dan menu tahu bumbu garlik dengan nilai 0,014 dimana dua nilai variabel tersebut < 0,05.

Tabel 2. Variables in the equation

Variables in the Equation							
		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a	Shopee_food	-.831	.650	1.637	1	.201	.436
	tahu_bumbu_garlik	-1.500	.741	4.098	1	.043	.223
	Constant	.567	.428	1.760	1	.185	1.763

a. Variable(s) entered on step 1: Shopee_food, tahu_bumbu_garlik.

Variabel shopee food, Variabel menu tahu bumbu garlik memiliki nilai signifikan yang kurang dari 0,05 sehingga bisa digunakan untuk memprediksi kepuasan pembeli. Dengan menggunakan rumus regresi untuk kepuasan pembeli sebagai berikut;

$$Y = \frac{1}{1 + \exp(c - \beta_1 X_1 - \beta_2 X_2)}$$

$$Y = \frac{1}{1 + \exp(0,567 - 1,500X_1 - 0,831X_2)}$$

Cut off untuk variabel dependent (Y) tersebut adalah 0,5 dimaksudkan apabila konsumen yang memiliki nilai $Y > 0,5$ maka akan dikatakan konsumen memberikan ulasan positif atau memiliki kepuasan atas restoran XYZ dan apabila $Y < 0,5$ maka akan dikatakan konsumen tidak memberikan ulasan positif atau tidak memiliki kepuasan atas restoran XYZ.

SIMPULAN

Kesimpulan

Penelitian ini telah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di restoran XYZ menggunakan metode regresi logistik biner. Beberapa faktor yang dianalisis meliputi kualitas makanan, varian menu, pelayanan, harga, dan penggunaan platform digital. Data yang dikumpulkan dari 102 responden menunjukkan beberapa temuan penting yang dapat digunakan oleh manajemen PT XYZ Indonesia untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas Makanan, Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas makanan yang disajikan, semakin besar kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian. Hal ini menekankan pentingnya menjaga dan meningkatkan standar kualitas makanan di restoran XYZ untuk memastikan kepuasan pelanggan dan loyalitas. Varian Menu, Varian menu juga ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien positif menunjukkan bahwa semakin beragam pilihan menu yang ditawarkan, semakin tinggi kemungkinan konsumen tertarik untuk membeli. Restoran XYZ dapat terus mengembangkan dan memperkenalkan menu baru yang inovatif untuk menarik minat pelanggan dan menjaga daya saing. Penggunaan Platform Digital, Meskipun tidak sepenuhnya signifikan, penggunaan platform digital menunjukkan tren positif. Hal ini menunjukkan bahwa kehadiran online tetap penting dalam strategi pemasaran modern. Restoran XYZ dapat mempertimbangkan untuk meningkatkan strategi pemasaran digital mereka untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan keterlibatan pelanggan.

Hasil analisis regresi logistik biner juga menunjukkan bahwa variabel Shopee Food dan menu Tahu Bumbu Garlic memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $p < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa platform digital seperti Shopee Food dan produk spesifik seperti Tahu Bumbu Garlic dapat memainkan peran penting dalam menarik pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh manajemen Restoran XYZ Indonesia untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan, Meningkatkan Kualitas Makanan Mengingat kualitas makanan merupakan faktor yang paling signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, restoran XYZ harus terus fokus pada peningkatan kualitas bahan baku, teknik memasak, dan presentasi makanan. Mengadakan pelatihan rutin untuk koki dan staf dapur juga dapat membantu menjaga standar kualitas yang tinggi, Diversifikasi Menu Untuk menarik lebih banyak pelanggan, restoran dapat terus mengembangkan dan memperkenalkan menu baru yang inovatif. Mengadakan promosi menu baru dan menawarkan sampel gratis kepada pelanggan dapat membantu meningkatkan minat dan penjualan. Restoran juga dapat melakukan survei atau polling untuk memahami preferensi pelanggan terhadap menu baru Peningkatan Pelayanan, Pelayanan yang baik adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan. Pelatihan rutin bagi staf dalam hal layanan pelanggan, etika, dan komunikasi sangat penting. Restoran juga dapat mengimplementasikan sistem feedback yang memungkinkan pelanggan memberikan masukan secara langsung tentang pelayanan yang mereka terima, sehingga manajemen dapat segera melakukan perbaikan jika diperlukan. Penetapan Harga yang Kompetitif, Mengingat

harga memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian, restoran harus menetapkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Analisis pasar dan survei harga dari kompetitor dapat membantu menentukan harga yang tepat. Selain itu, restoran dapat menawarkan paket menu atau diskon khusus pada waktu-waktu tertentu untuk menarik lebih banyak pelanggan. Penggunaan Platform Digital, Kehadiran online dan penggunaan platform digital seperti Shopee Food sangat penting dalam era digital saat ini. Restoran XYZ dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan melalui media sosial, aplikasi pesan antar, dan platform ulasan. Mengadakan kampanye promosi online, seperti diskon khusus untuk pembelian melalui aplikasi, dapat membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan. Fokus pada Produk Spesifik Produk spesifik seperti Tahu Bumbu Garlic yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dapat dijadikan fokus dalam strategi pemasaran. Restoran dapat mengadakan promosi khusus atau kampanye iklan yang menonjolkan keunggulan produk ini untuk menarik lebih banyak pelanggan. Penggunaan Data untuk Pengambilan Keputusan, Mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan secara terus-menerus dapat membantu manajemen memahami tren dan preferensi pelanggan. Restoran dapat menggunakan data ini untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan menyesuaikan penawaran produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Peningkatan Strategi Pemasaran, Strategi pemasaran yang efektif dapat membantu restoran mencapai audiens yang lebih luas. Menggunakan kombinasi pemasaran online dan offline, seperti iklan media sosial, influencer marketing, dan promosi di dalam restoran, dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik lebih banyak pelanggan. Evaluasi dan Penyesuaian Berkala Melakukan evaluasi berkala terhadap strategi pemasaran dan layanan pelanggan sangat penting untuk memastikan efektivitas. Restoran harus siap untuk melakukan penyesuaian berdasarkan feedback pelanggan dan perubahan tren pasar.

Dengan menerapkan saran-saran di atas, PT XYZ Indonesia dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, loyalitas, dan daya saing di pasar restoran yang semakin kompetitif. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi manajemen dalam merancang strategi yang lebih efektif dan efisien, yang tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan tetapi juga pada pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, O. R.A., & Cahyono, P.R. (2022). Analysis of Service Satisfaction at Mitra Husada Pringsewi Hospital Using the Logistic Regression Method. *Ilmudata.org*. 2(12).
- Permanasari, R., Chandra, R. A., Fitriansyah, A., & Heikal, J. (2024, April). Analisa Efektivitas Kampanye Iklan Digital Terhadap Minat Pasar Pada Program Pelatihan Renang Club Biathlon Denganmetode Binary Logistic Regression. *Jurnal Ilmiah Multidisipliner (JIM)*, 8(4), 131-142. <https://sejurnal.com/1/index.php/jim/article/view/1304/1507>
- Putri, A. A., Titaley, J., & Salaki, D. T. (2021, Maret). Model Regresi Logistik Biner Kecenderungan Gejala Maag pada Mahasiswa Jurusan Matematika FMIPA UNSRAT. *Jurnal Matematika dan Aplikasi*, 11(1), 38-43. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/decartesian>
- Riyani, S., Wulandari, R., & Heikal, J. (2024, April). Penerapan Metode Regresi Logistik Biner Dengan Menggunakan Phyton Untuk Menganalisa Pengguna Media Sosial Terhadapprobabilitas Pembukaan Rekening Pada Bank X. *Scientific Journal Of*

- Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(2), 438-449.
<https://ojs pustek.org/index.php/SJR/article/view/840/584>
- Situngkir, R. H., & Sembiring, P. (2023, Juni). Analisis Regresi Logistik Untuk Menentukan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten/Kota Di Pulau Nias. *Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika*, 6(1), 25-31.
- Zulfahmi1, M. R. Y., & Heikal, J. (2023). Analisis Prediksi financial Distress Perusahaan Industri Kimia Dasar. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 488-505.
[file:///C:/Users/dinyc/Downloads/6560-17899-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/dinyc/Downloads/6560-17899-1-PB%20(1).pdf)