

**STRATEGI PENGEMBANGAN MENU BARU GUNA
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI
JAYARAYA DI JOMBANG**

SKRIPSI



Oleh:

Rohmatin Akhriyani

3121019

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS, BAHASA, DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM
JOMBANG**

2025



**STRATEGI PENGEMBANGAN MENU BARU GUNA
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI
JAYARAYA DI JOMBANG**

SKRIPSI

*diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar
Sarjana Administrasi Bisnis*



Oleh:

Rohmatin Akhriyani

3121019

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS, BAHASA, DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM**

JOMBANG

2025



**STRATEGI PENGEMBANGAN MENU BARU GUNA
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI
JAYARAYA DI JOMBANG**

Oleh:

Rohmatin Akhriyani

Nim : 3121019

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing:

Dosen Pembimbing I,



Dina Eka Shofiana, S.E, M. A

Tanggal : 26 Juni 2025

Dosen Pembimbing II,



Bambang Setyobudi S.E, M.M

Tanggal. 26 Juni 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi :



Ririn Sullawati, S.H.I, M.E.I





PERNYATAAN

SKRIPSI

Oleh:

Rohmatin Akhriyani

Nim : 3121019

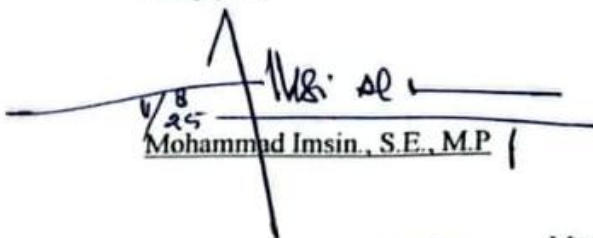
Telah diuji dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada Tanggal 9 bulan Juli tahun 2025 dan dinyatakan LULUS.

Majelis Penguji :


Ketua,


Bambang Setyobudi, S.E., M.M.

Penguji I :


6/8
25
Mohammad Imsin, S.E., M.P

Penguji II


M. Ali Nawawi, S.E., M.M

Mengetahui,



Dean Faculty of Business, Language, and Education


Dr. Widyani Marwati S.Sos., M.SM



PERNYATAAN

Nama : Rohmatin Akhriyani

NIM : 3121019

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Menu Baru Guna Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Kedai Jayaraya Di Jombang adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya di dalam skripsi tersebut diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Jombang, 27 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



Rohmatin Akhriyani



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya serta atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang selalu memotivasi dan memberikan dukungan material dan moral, serta tidak henti-hentinya mendoakan kelancaran hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
2. Pengasuh dan juga sebagai orang tua di Asrama putri 2 Al-Khodijah yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral dan finansial, ilmu pengetahuan dan pengalaman.
3. Teman-teman seperjuangan Prodi Administrasi Bisnis yang selalu kompak selama menimba ilmu.
4. Para sahabat saya yang selalu memberikan saran dan support sampai terselesaikannya skripsi ini.



HALAMAN MOTTO

“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutan yang membuat jadi sulit”¹

¹ Rohmatin Akhriyani, Juni 2025



PRAKATA

Puja dan puji syukur kehadirat Allah Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“STRATEGI PENGEMBANGAN MENU BARU GUNA MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA KEDAI JAYARAYA DI JOMBANG”** dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Administrasi Bisnis (S1) untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB) pada Fakultas Bisnis, Bahasa, dan Pendidikan di Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. dr. HM. Zulfikar As’ad, M.MR., selaku Rektor Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
2. Ibu Dr. Wiwik Maryati, S.sos., M.S.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa, dan Pendidikan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
3. Ibu Ririn Susilawati, S.H.I., M.E.I., selaku Ketua Prodi Bisnis, Bahasa, dan Pendidikan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
4. Ibu Dina Eka Shofiana, S.E., M.A., selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan ilmu dalam proses penyusunan skripsi.
5. Bapak Bambang Setyobudi, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan arahan dan ilmu dalam proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Bisnis beserta TU yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat selama penulis menempuh Pendidikan di Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.
7. Bapak KH. A. Tamim Romly, S.H., M.Si., dan Ibu Nyai Hj. Mufliah Tamim, S.Pd., selaku Pengasuh dan Orang Tua di Asrama 2 Al-Khodijah



yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral dan finansial, kasih sayang tulus, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang luar biasa kepada penulis.

8. Kedua orang tua tercinta, Bapak Anwar dan Ibu Maisaroh, yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral dan finansial, kasih sayang tulus, serta pengorbanan yang tiada henti kepada penulis.
9. Saudara-saudara penulis, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat penulis, Effa Istighfarani, Lilis Juliana, dan Afifatus Sa'ada, yang telah berbagi pengalaman, pengetahuan, dan saling memberikan dukungan selama masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi bagian dari kontribusi penulis dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

Jombang, 27 Juni 2025

Penulis,

Rohmatin Akhriyani

3121019



ABSTRAK

Strategi Pengembangan Menu Baru Guna Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Kedai Jayaraya Di Jombang; Rohmatin Akhriyani; 3121019; 2025; Program Studi Administrasi Bisnis; Fakultas Bisnis, Bahasa, dan Pendidikan; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

Perusahaan harus mampu mempelajari strategi yang tepat dalam menjadikan perusahaan unggul diantara pesaing sejenis. Perusahaan yang unggul dalam memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif dapat menumbuhkan rasa kepuasan yang nantinya akan timbul minat untuk datang lagi dan mengarah pada rekomendasi. Oleh karena itu, Kedai Jayaraya sebagai usaha yang bergerak pada bidang perkulineran khususnya perkopian harus mengutamakan rasa dan kualitas dengan memperhatikan strategi pengembangan menu dalam meningkatkan minat konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan menu baru diterapkan pada Kedai Jayaraya di Jombang, serta bagaimana strategi tersebut berdampak terhadap peningkatan minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara pemilik Kedai Jayaraya sebagai *Key Informan* dan barista/karyawan Kedai Jayaraya sebagai informan. Kemudian analisis data menggunakan analisis domain dan taksonomi dengan triangulasi sebagai uji keabsahan data. Pengambilan triangulator adalah pelanggan tetap yang mana mereka sering datang ke Kedai Jayaraya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kedai Jayaraya menerapkan strategi pengembangan menu baru secara berkala dan parsitipatif, yang dimulai dari masukan para konsumen, pengamatan tren pasar, hingga uji coba internal oleh tim barista. Pengembangan menu baru dilakukan dengan mempertimbangkan rasa, penyajian, harga, serta bahan baku lokal yang tersedia. Inovasi ini tidak hanya menciptakan variasi produk, tetapi juga memperkuat identitas kedai di mata konsumen. Peluncuran menu baru didukung dengan strategi promosi efektif melalui media sosial dan komunikasi langsung oleh karyawan kepada pelanggan. Dengan strategi pengembangan menu baru di Kedai Jayaraya menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing dan meningkatkan minat beli para konsumen. Strategi ini menunjukkan bahwa meskipun kedai tidak memiliki fasilitas yang mewah, namun dengan pendekatan inovatif yang berbasis kebutuhan pasar, usaha kuliner dapat bertahan dan berkembang di Tengah persaingan yang ketat.

Kata Kunci : *Strategi Pengembangan Produk, Inovasi Menu, Minat Beli, Kedai Kopi*



ABSTRACT

New Menu Development Strategy to Increase Consumer Purchase Interest at Kedai Jayaraya in Jombang; Rohmatin Akhriyani; 3121019; 2025; Business Administration Study Program; Faculty of Business, Language, and Education; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.

A company must be able to identify the right strategies to gain a competitive advantage over similar businesses. A company that excels in effectively meeting customer needs can foster a sense of satisfaction, which in turn can generate interest in returning and lead to customer recommendations. Therefore, Kedai Jayaraya, as a business in the culinary sector specifically coffee must prioritize taste and quality by implementing strategic menu development to increase consumer interest.

This study aims to understand how new menu development strategies are implemented at Kedai Jayaraya in Jombang, and how these strategies impact consumer purchase interest. This research uses a descriptive qualitative approach, with data collection techniques including direct observation, interviews with the owner of Kedai Jayaraya as the key informant, and baristas/employees as supporting informants. Data analysis was conducted using domain and taxonomy analysis, with triangulation as the data validity test. Triangulators were loyal customers who frequently visit Kedai Jayaraya.

The results show that Kedai Jayaraya implements its new menu development strategies periodically and participatively, starting from customer input, observation of market trends, to internal trials by the barista team. New menu development takes into account taste, presentation, pricing, and the availability of local ingredients. This innovation not only creates product variety but also strengthens the shop's identity in the eyes of consumers. The launch of new menu items is supported by effective promotional strategies through social media and direct communication by staff to customers. The menu development strategy at Kedai Jayaraya plays a vital role in maintaining competitiveness and increasing consumer purchasing interest. This strategy demonstrates that even without luxurious facilities, a culinary business can survive and thrive amidst fierce competition through innovative, market-oriented approaches.

Keywords: *Product Development Strategy, Menu Innovation, Purchase Interest, Coffee Shop*



DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
PRAKATA	viii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Manajemen Pemasaran	15
2.2.2 Strategi Pengembangan	18



2.2.3	Pengembangan Produk	21
2.2.4	Varian Menu/Inovasi Produk	25
2.2.5	Kedai Kopi (Coffe Shop).....	26
2.2.6	Minat Beli Konsumen.....	28
2.3	Kerangka Pemikiran	30
BAB III.....		32
METODE PENELITIAN		32
3.1	Jenis Penelitian	32
3.2	Lokasi Penelitian	33
3.3	Fokus Penelitian	34
3.4	Pemilihan Informan	35
3.5	Teknik pengumpulan data.....	36
3.6	Analisis data	38
BAB IV.....		42
HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Umum	42
4.2	Data Fokus Penelitian.....	46
4.3	Pembahasan	47
4.4	Proses Pengembangan Menu Baru	68
BAB V.....		72
PENUTUP		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA		72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Persebaran coffee shop di Jombang.....	5
Gambar 2 Kerangka pemikiran.....	30
Gambar 3 Lokasi penelitian Kedai Jayaraya	33
Gambar 4 Lokasi Kedai Jayaraya.....	42
Gambar 5 Dokumentasi para pelanggan Kedai Jayaraya	60
Gambar 6 Dokumentasi setelah wawancara.....	60
Gambar 7 Dokumentasi pelanggan mengerjakan tugas.....	61
Gambar 8 Dokumentasi keramaian pelanggan Kedai Jayaraya.....	61
Gambar 9 Wawancara dengan salah satu barista Kedai Jayaraya.....	62
Gambar 10. Salah satu menu Kedai Jayaraya.....	62



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jurnal penelitian terdahulu.....	9
Tabel 2 Model analisis domain.....	38
Tabel 3 Model analisis taksonomi	39
Tabel 4 Deskripsi job.....	44



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Struktur organisasi Kedai Jayaraya	44
---	----



DAFTAR LAMPIRAN

1. Transkrip wawancara
2. Dokumentasi