

















































Hubungan antar variable *Variety Seeking* dengan *Service Quality* di dukung oleh beberapa penelitian terdahulu diatas bahwa menyatakan *Variety Seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Service Quality*.

#### **2.4.3 Hubungan antar variable *Variety Seeking* dengan Minat beli**

Di dukung dengan Penelitian oleh Indra Nurahman dan Rd.Dian Herdiana Utama (2016), Hasil penelitian menyatakan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, meskipun sudah mencapai kategori sedang, maka peneliti merekomendasikan dapat meningkatkan kembali keputusan minat beli melalui strategi dimensi variasi produk. Penelitian oleh Isti Faradisa, Leonardo Budi H, Maria M Minarsih (2016), Variasi produk berpengaruh positif secara langsung terhadap minat beli ulang kosumen di I-cos Cafe Tembalang. Yakni dapat disimpulkan bahwa semakin banyak variasi produk yang ada di Icos Cafe Tembalang makan akan semakin tinggi minat beli ulang konsumen di Icos Cafe Tembalang.

Menurut Kotler (2009:72), yaitu variasi produk sebagai unit tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan atau ciri-ciri lain. Maka variasi produk yang akan berdampak terhadap minat beli konsumen, yang dimana dari berbagai macam produk yang disediakan membuat banyak pilihan kepada konsumen untuk menumbuhkan minat beli konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Isti Faradisa, Leonardo Budi H, Maria M Minarsih (2016).

