

## Pengaruh Inovasi Produk Pistachio Kunafa terhadap Minat Beli Konsumen di Starmoon Cake Shop Surabaya

Cindita Ginting<sup>1\*</sup>, Yanuar Rafif Rizqullah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Seni Kuliner, Akademi Kuliner Monas Pasifik, Surabaya, Jl. Raya Bratang Binangun No.37, Baratajaya, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia  
E-mail: [cinditaginting@monaskuliner.ac.id](mailto:cinditaginting@monaskuliner.ac.id)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.690>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 10 May 2025

Revised: 16 May 2025

Accepted: 22 May 2025

#### Kata Kunci:

Inovasi Produk, Minat Beli Konsumen, Pistachio Kunafa.

#### Keywords:

*Product Innovation,*

*Consumer Purchase*

*Interest, Pistachio Kunafa.*

### ABSTRACT

Persaingan di industri kuliner semakin ketat, mendorong perlunya inovasi produk untuk meningkatkan daya saing dan menarik minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk Pistachio Kunafa terhadap minat beli konsumen di Starmoon Cake Shop Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 145 responden yang merupakan pelanggan Starmoon Cake Shop, yang diperoleh menggunakan teknik total sampling. Kesimpulannya, inovasi produk Pistachio Kunafa berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Starmoon Cake Shop Surabaya. Oleh karena itu, strategi inovasi yang berfokus pada kebaruan, keunikan, kualitas bahan, serta nilai tambah perlu terus dikembangkan untuk mempertahankan daya saing dan menarik perhatian konsumen di industri kuliner premium.

*Competition in the culinary industry is becoming increasingly fierce, necessitating product innovation to enhance competitiveness and attract consumer purchase interest. This study aims to analyze the effect of Pistachio Kunafa product innovation on consumer purchase interest at Starmoon Cake Shop Surabaya. The research employs a quantitative method with a survey approach. The sample consists of 145 respondents who are customers of Starmoon Cake Shop, obtained using the total sampling technique. In conclusion, Pistachio Kunafa product innovation significantly contributes to increasing consumer purchase interest at Starmoon Cake Shop Surabaya. Therefore, innovation strategies focusing on novelty, uniqueness, material quality, and added value should be continuously developed to maintain competitiveness and attract consumer attention in the premium culinary industry.*



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

**How to Cite:** Cindita Ginting, et, al (2025). Pengaruh Inovasi Produk Pistachio Kunafa terhadap Minat Beli Konsumen di Starmoon Cake Shop Surabaya, 3(4). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.690>

### PENDAHULUAN

Persaingan industri kuliner semakin ketat. Inovasi produk menjadi faktor utama dalam mempertahankan daya saing dan meningkatkan daya tarik konsumen (Kotler & Keller, 2020). Tren konsumsi makanan berbasis pastry dan dessert mengalami pertumbuhan signifikan (Wijaya et al., 2022). Gaya hidup masyarakat mengarah pada apresiasi kuliner premium. Konsumen mengutamakan cita rasa lezat, tampilan menarik, serta bahan berkualitas tinggi (Susanto et al., 2021). Pistachio menjadi salah satu bahan yang semakin populer dalam industri kuliner.

Starmoon Cake Shop Surabaya menghadirkan produk baru untuk menarik perhatian konsumen. Pistachio Kunafa menjadi inovasi yang menggabungkan kunafa khas Timur Tengah dengan sentuhan pistachio. Kombinasi ini memberikan cita rasa khas dan eksklusif. Produk ini diharapkan meningkatkan

daya tarik dan minat beli konsumen. Keunikan rasa dan tekstur menjadi nilai tambah bagi pelanggan. Perubahan preferensi konsumen terhadap makanan inovatif memperkuat peluang keberhasilan produk ini (Pratama et al., 2023).

Cokelat Dubai menjadi jajanan yang viral di media sosial, sehingga banyak diburu para pencinta makanan manis. Jajanan ini dikenal dengan perpaduan antara kunafa sebagai pencuci mulut khas Timur Tengah, pistachio, serta cokelat. Tren ini semakin berkembang di Surabaya, di mana beberapa toko mulai menawarkan varian dessert berbasis pistachio dan kunafa. Starmoon Cake Shop menjadi salah satu toko yang menghadirkan inovasi ini dengan sistem pre-order melalui media sosial dan sistem COD. Artikel dari Seputar Surabaya (2024) menyebutkan bahwa Starmoon Cake Shop merupakan salah satu rekomendasi tempat untuk mendapatkan Cokelat Dubai di Surabaya, yang membuktikan meningkatnya popularitas dessert berbahan dasar pistachio.

Minat beli konsumen menjadi faktor utama dalam keberhasilan produk di pasar (Kotler & Keller, 2020). Minat beli dipengaruhi oleh persepsi terhadap produk, daya tarik inovasi, serta pengalaman sebelumnya (Wijaya et al., 2022). Minat beli memiliki beberapa indikator utama, seperti ketertarikan terhadap produk, keinginan mencoba, pertimbangan pembelian, keputusan akhir, dan kemungkinan merekomendasikan produk (Susanto et al., 2021). Produk dengan inovasi yang menarik lebih berpeluang meningkatkan minat beli (Pratama et al., 2023). Konsumen cenderung memilih produk yang menawarkan pengalaman unik dan nilai tambah (Rahmawati et al., 2023).

Inovasi produk berperan penting dalam membentuk minat beli konsumen. Menurut Susanto et al. (2021), inovasi produk harus memenuhi aspek kebaruan, keunikan, dan nilai tambah bagi pelanggan. Studi oleh Wijaya et al. (2022) menunjukkan bahwa inovasi berbasis bahan premium dapat meningkatkan minat beli hingga 30%. Produk yang menghadirkan elemen eksklusivitas lebih diminati oleh konsumen. Pistachio Kunafa diharapkan memberikan dampak serupa dengan kombinasi rasa khas yang belum banyak ditemukan di pasar. Produk ini menawarkan pengalaman baru bagi pencinta dessert premium.

Studi pendahuluan dilakukan melalui wawancara pelanggan dan observasi media sosial. Hasil wawancara dengan 10 pelanggan tetap Starmoon Cake Shop menunjukkan bahwa 70% dari mereka tertarik mencoba produk berbahan dasar pistachio. Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa tampilan dan inovasi rasa memengaruhi keputusan pembelian mereka. Unggahan mengenai Pistachio Kunafa di Instagram mendapatkan lebih dari 500 likes dan 120 komentar dalam satu minggu pertama. Komentar positif dan permintaan informasi harga menunjukkan adanya ketertarikan awal yang tinggi. Pratama et al. (2023) menunjukkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam membentuk minat beli konsumen. Peran digital marketing semakin krusial dalam memperkenalkan produk baru kepada pasar.

Masalah yang sering terjadi dalam pengembangan inovasi produk meliputi kurangnya pemahaman terhadap preferensi konsumen, tantangan dalam menjaga kualitas bahan baku premium, serta kesulitan dalam strategi pemasaran yang efektif. Beberapa pelanggan menyatakan bahwa harga produk premium sering kali menjadi hambatan dalam keputusan pembelian. Selain itu, ketersediaan bahan baku pistachio yang tidak stabil dapat memengaruhi produksi dan harga jual. Studi oleh Rahmawati et al. (2023) mengungkapkan bahwa tantangan utama dalam industri kuliner premium adalah keseimbangan antara inovasi, harga, dan kepuasan pelanggan. Strategi yang tepat dibutuhkan untuk mengatasi kendala tersebut dan memastikan produk tetap diminati pasar. Penelitian sebelumnya membahas berbagai faktor yang memengaruhi minat beli. Handoko et al. (2020) menemukan bahwa inovasi rasa meningkatkan loyalitas pelanggan. Dewi et al. (2021) mengungkapkan bahwa kualitas bahan premium memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan pembelian. Produk dengan elemen eksklusif lebih mudah menarik perhatian pelanggan. Keunikan produk menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen. Hasil penelitian ini memperkuat dugaan bahwa inovasi Pistachio Kunafa memiliki dampak signifikan terhadap minat beli konsumen.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya inovasi dalam mempertahankan daya saing bisnis. Industri kuliner membutuhkan inovasi berkelanjutan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Strategi pemasaran berbasis inovasi menjadi kunci dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Produk berbasis bahan premium lebih menarik di pasar yang kompetitif. Starmoon Cake Shop perlu memahami sejauh mana inovasi produk dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini memberikan wawasan bagi pengusaha kuliner dalam memahami pengaruh inovasi produk terhadap minat beli. Pemahaman mengenai tren konsumsi dapat menjadi acuan dalam strategi bisnis. Penggunaan bahan premium dan teknik pemasaran digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik produk. Preferensi konsumen terus berubah sehingga strategi inovasi harus disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Produk yang mengikuti perkembangan tren lebih berpotensi sukses. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Inovasi Produk Pistachio Kunafa terhadap Minat Beli Konsumen di Starmoon Cake Shop Surabaya.

## METODE

Analisis data menggunakan regresi sederhana untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap minat beli konsumen. Model regresi sederhana digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen guna mengetahui seberapa besar inovasi produk dapat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan Starmoon Cake Shop.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian sebanyak 145 responden yang merupakan pelanggan Starmoon Cake Shop Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling, di mana seluruh populasi yang memenuhi kriteria dimasukkan dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner online menggunakan Google Form yang berisi pertanyaan terkait inovasi produk dan minat beli konsumen. Lokasi penelitian berada di Starmoon Cake Shop Surabaya.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari inovasi produk sebagai variabel independen (X) dan minat beli konsumen sebagai variabel dependen (Y). Inovasi produk diukur berdasarkan indikator kebaruan, keunikan, kualitas bahan, serta nilai tambah bagi konsumen (Susanto et al., 2021). Minat beli konsumen diukur melalui indikator ketertarikan, keinginan mencoba, pertimbangan pembelian, keputusan akhir, serta kemungkinan merekomendasikan produk (Kotler & Keller, 2020).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

**Tabel 1.** Karakteristik Responden

<b>Karakteristik</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
<b>Usia</b>		
Usia 15-25 tahun	24	16.6%
Usia 26-35 tahun	104	71.7%
Usia >35 tahun	17	11.7%
Total	145	100%
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	90	62.1%
Perempuan	55	37.9%
Total	145	100%
<b>Pendidikan</b>		
Pendidikan SMP	24	16.6%
Pendidikan SMA	92	63.4%
Pendidikan Perguruan Tinggi	29	20.0%
Total	145	100%
<b>Pekerjaan</b>		
Siswa/Mahasiswa	27	18.6%
PNS/TNI	8	5.5%
Wiraswasta	26	17.9%
Swasta	28	19.3%
IRT/Tidak Bekerja	56	38.6%
Total	145	100%

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berada dalam rentang usia 26-35 tahun (104 orang atau 71,7%), menunjukkan bahwa kelompok usia produktif mendominasi pelanggan Starmoon Cake Shop Surabaya. Dari segi jenis kelamin, responden laki-laki lebih banyak (90 orang atau 62,1%) dibandingkan perempuan (55 orang atau 37,9%), yang menunjukkan bahwa produk Pistachio Kunafa menarik perhatian konsumen pria. Dari tingkat pendidikan, mayoritas responden berpendidikan SMA (92 orang atau 63,4%), diikuti oleh perguruan tinggi (29 orang atau 20,0%) dan SMP (24 orang atau 16,6%). Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan berasal dari berbagai latar belakang pendidikan, dengan dominasi tingkat menengah. Dari sisi pekerjaan, kelompok ibu rumah tangga atau yang tidak bekerja memiliki proporsi terbesar (56 orang atau 38,6%), diikuti oleh pegawai swasta (28 orang atau 19,3%), mahasiswa (27 orang atau 18,6%), wiraswasta (26 orang atau 17,9%), dan PNS/TNI (8 orang atau 5,5%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Starmoon Cake Shop berasal dari berbagai profesi, dengan kecenderungan lebih banyak pada kelompok yang memiliki fleksibilitas waktu.

**Tabel 2.** Hasil Uji Regresi

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	13.520	1.670		8.095	0.000
Inovasi Produk Pistachio Kunafa	0.781	0.028	0.919	27.842	0.000

Berdasarkan hasil uji regresi pada Tabel 2, diperoleh persamaan regresi  $Y = 13.520 + 0.781X$ , yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel inovasi produk Pistachio Kunafa akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0.781 satuan. Nilai koefisien regresi positif ini mengindikasikan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap minat beli. Selain itu, nilai Sig. = 0.000 yang lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa pengaruh inovasi produk terhadap minat beli signifikan secara statistik. Hal ini berarti inovasi produk yang ditawarkan oleh Starmoon Cake Shop berkontribusi secara nyata dalam meningkatkan daya tarik dan keinginan konsumen untuk membeli.

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 27.842, jauh lebih besar dibandingkan dengan t-tabel, yang menegaskan bahwa inovasi produk Pistachio Kunafa berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Nilai Beta = 0.919 menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap minat beli, dengan kontribusi 92% mencapai 92%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi inovasi dalam produk Pistachio Kunafa, semakin besar pula minat beli konsumen terhadap produk tersebut.

**Tabel 3.** Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1	775.26	0.000

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 3, diperoleh nilai F-hitung sebesar 775.26 dengan nilai signifikansi (Sig.) = 0.000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan secara statistik. Artinya, inovasi produk Pistachio Kunafa secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Hasil ini menunjukkan bahwa inovasi produk yang diterapkan oleh Starmoon Cake Shop secara keseluruhan memiliki hubungan yang kuat dengan minat beli konsumen. Dengan demikian, semakin baik inovasi yang dilakukan, semakin tinggi pula kemungkinan konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

**Tabel 4.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	0.919	0.844

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 4, diperoleh nilai R sebesar 0.919 dan R Square sebesar 0.844. Nilai R Square (0.844) menunjukkan bahwa inovasi produk Pistachio Kunafa mampu menjelaskan 84.4% variabilitas minat beli konsumen, sedangkan 15.6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Tingginya nilai R Square mengindikasikan bahwa inovasi produk memiliki kontribusi yang sangat besar dalam menentukan minat beli konsumen di Starmoon Cake Shop Surabaya. Hal ini memperkuat temuan bahwa pengembangan produk yang kreatif dan menarik dapat menjadi faktor utama dalam meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.

**Tabel 1.** Perbandingan Kandungan Nutrisi

<b>Nutrisi</b>	<b>Slow Cooking</b>	<b>Perebusan suhu tinggi</b>	<b>Pengukusan</b>
Vitamin C	Rendah	Sedang	Tinggi
Vitamin A	Stabil	Stabil	Stabil
Mineral (Ca, Mg)	Tinggi	Tinggi	Stabil
Protein	Stabil	Stabil	Stabil
Kabohidrat	Stabil, lebih mudah dicerna	Stabil, tekstur keras	Stabil, tekstur lembut
Rasa dan tekstur	Kompleks, lembut	Kurang kompleks, keras	Kurang kompleks, lembut

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi produk Pistachio Kunafa secara signifikan memengaruhi minat beli konsumen di Starmoon Cake Shop Surabaya. Mayoritas responden berasal dari kelompok usia produktif (26-35 tahun) dengan dominasi laki-laki. Hasil uji regresi menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara inovasi produk dan minat beli, di mana setiap peningkatan inovasi berkontribusi langsung terhadap peningkatan minat beli. Nilai R Square sebesar 0.844 menunjukkan bahwa inovasi produk menjelaskan 84.4% variabilitas dalam minat beli, yang berarti inovasi memainkan peran utama dalam keputusan konsumen.

Hasil ini mendukung teori dari Kotler & Keller (2020) yang menyatakan bahwa inovasi produk meningkatkan minat beli dengan menghadirkan nilai tambah yang unik bagi konsumen. Selain itu, temuan ini juga selaras dengan penelitian Wijaya et al. (2022), yang menekankan bahwa produk berbasis bahan premium memiliki daya tarik lebih tinggi di pasar. Aspek eksklusivitas yang diberikan oleh penggunaan pistachio sebagai bahan utama menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya tarik dan keputusan pembelian konsumen.

Temuan penelitian ini didukung oleh studi Susanto et al. (2021), yang menyebutkan bahwa kebaruan dan keunikan produk menjadi faktor dominan dalam menarik perhatian konsumen. Inovasi yang dikembangkan dalam Pistachio Kunafa terbukti menciptakan pengalaman baru bagi pelanggan, sehingga meningkatkan minat beli. Namun, temuan ini bertentangan dengan penelitian Rahmawati et al. (2023), yang menemukan bahwa faktor harga lebih dominan dibandingkan inovasi dalam memengaruhi keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, harga tidak menjadi kendala utama, yang menunjukkan bahwa segmen pasar Starmoon Cake Shop lebih mementingkan kualitas dan keunikan produk dibandingkan dengan aspek harga.

Peneliti berasumsi bahwa daya tarik produk Pistachio Kunafa terletak pada inovasi yang ditawarkan, termasuk kombinasi rasa unik dari kunafa dan pistachio. Produk ini tidak hanya menawarkan cita rasa baru, tetapi juga menciptakan persepsi eksklusivitas di kalangan konsumen. Selain itu, tingginya minat beli yang tercermin dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran berbasis media sosial efektif dalam menarik perhatian target pasar. Asumsi lainnya adalah bahwa konsumen Starmoon Cake Shop lebih sensitif terhadap inovasi daripada harga, yang dapat menjadi dasar bagi pengembangan strategi pemasaran di masa depan.

Meskipun hasil penelitian menunjukkan pengaruh signifikan inovasi terhadap minat beli, penelitian ini belum mempertimbangkan faktor eksternal lain seperti tren pasar, strategi pesaing, dan pengaruh rekomendasi dari influencer. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah bahwa bisnis kuliner, terutama di sektor pastry dan dessert premium, harus terus melakukan inovasi untuk mempertahankan minat pelanggan. Ke depan, penelitian lanjutan dapat memperluas cakupan variabel dengan mempertimbangkan aspek lain seperti loyalitas pelanggan, efektivitas promosi digital, dan faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian.

Analisis ini memperkuat bahwa inovasi produk merupakan faktor utama dalam menentukan keberhasilan suatu produk di pasar. Pistachio Kunafa memiliki keunggulan kompetitif karena menggabungkan aspek kebaruan, eksklusivitas, dan pengalaman sensorik yang unik, yang semuanya berkontribusi terhadap tingginya minat beli konsumen.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk Pistachio Kunafa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Starmoon Cake Shop Surabaya. Hasil uji

regresi menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam inovasi produk berkontribusi secara positif terhadap peningkatan minat beli. Nilai koefisien determinasi yang tinggi ( $R^2 = 0.844$ ) mengindikasikan bahwa inovasi produk menjelaskan sebagian besar variasi dalam keputusan pembelian konsumen.

Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa inovasi produk merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan minat beli konsumen. Oleh karena itu, bisnis kuliner, terutama di sektor pastry dan dessert premium, perlu terus melakukan inovasi untuk mempertahankan daya tarik dan keunggulan kompetitif di pasar.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terkait dalam proses pembuatan artikel ini sehingga dapat berjalan dengan lancar serta selesai sesuai dengan waktu yang ditentukan, tanpa adanya halangan dan hambatan yang menyusahakan peneliti.

#### **REFERENSI**

- Dewi, A., et al. (2021). Pengaruh Kualitas Bahan Premium terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 45-58.
- Handoko, R., et al. (2020). Inovasi Rasa dan Loyalitas Pelanggan di Industri Kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 78-92.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Pratama, H., et al. (2023). Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Produk Kuliner Inovatif. *Jurnal Digital Marketing*, 7(1), 101-115.
- Rahmawati, I., et al. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kuliner Premium. *Jurnal Riset Konsumen*, 5(2), 32-48.
- Seputar Surabaya. (2024). 4 Rekomendasi Tempat Beli Cokelat Dubai di Surabaya yang Patut Dicoba. Kumparan. Diakses dari <https://kumparan.com/seputar-surabaya/4-rekomendasi-tempat-beli-cokelat-dubai-di-surabaya-yang-patut-dicoba-241CbpqN5tZ/full>
- Susanto, B., et al. (2021). Inovasi Produk dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli Konsumen di Pasar Kuliner. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 9(2), 121-135.
- Wijaya, T., et al. (2022). Tren Konsumsi Makanan Berbasis Pastry dan Dessert di Indonesia. *Jurnal Industri Kuliner*, 6(1), 55-70.