

PENGARUH HARGA MENU TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI NASI GORENG KAMPOENGAN CABANG BENGKONG POLISI BATAM

THE INFLUENCE OF MENU PRICES ON CONSUMER BUYING INTEREST IN NASI GORENG KAMPOENGAN BENGKONG BRANCH POLICE BATAM

Chairul Fikri*, Heri Nuryanto, S.Kom., M.S.I

Manajemen Kuliner, Politeknik Pariwisata Batam

ABSTRAK

Chairul Fikri, 2024. Pengaruh Harga Menu terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampoenan Cabang Bengkong Polisi Batam. Proyek Akhir Program Studi Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata Batam Pembimbing Heri Nuryanto, S.Kom., M.S.I

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga Menu terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampoenan Cabang Bengkong Polisi Batam.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, observasi, wawancara dan kajian pustaka. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus slovin.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini adalah dan t_{hitung} yang didapatkan sebanyak 6,678. ($6,678 > 1,288$) Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel harga menu terhadap variabel minat beli konsumen dengan nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,573. Besarnya pengaruh harga menu sebesar 57,3% sedangkan sisanya 43,7% pengaruh dari faktor lain.

Kata Kunci: harga menu, minat beli konsumen, nasi goreng

ABSTRACT

Chairul Fikri, 2024. *The Influence of Menu Prices on Consumer Purchase Interest in Kampoenan Fried Rice, Bengkong Police Batam Branch. Final Project of Batam Tourism Polytechnic Culinary Management Study Program Supervisor Heri Nuryanto, S.Kom., M.S.I*

The aim of this research is to determine the effect of menu prices on consumers' buying interest in Kampoenan Fried Rice, Bengkong Police Batam Branch.

The research method used is a quantitative method with data collection techniques carried out using questionnaires, observation, interviews and literature review. The sampling technique uses the Slovin formula.

The results of this research show that the t_{table} value used in this research is and the t_{count} obtained is 6.678. ($6.678 > 1.288$) So it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, so there is an influence between the menu price variable on the consumer buying interest variable with a correlation coefficient value of 0.573. The influence of menu prices is 57.3%, while the remaining 43.7% is influenced by other factors.

Keywords: menu prices, consumer buying interest, fried rice

PENDAHULUAN

Salah satu kuliner Indonesia yang mendunia adalah nasi goreng. Tidak hanya di gemari oleh masyarakat dunia warga lokal Indonesia juga sangat menyukai nasi goreng. Nasi goreng merupakan teranak kedua setelah rendang. Nasi goreng merupakan makanan khas Indonesia yang diadaptasi dari gaya masakan China. Nasi goreng berwarna oranye berisi campuran cabai dan rempah-rempah lainnya. Secara harfiah, nasi goreng yang memang digoreng di atas wajan panas hingga matang ini sering dijadikan menu sarapan pagi atau makan malam rumahan di Indonesia. Meskipun bisa dibuat di rumah, ada banyak penjual nasi goreng yang tersebar, mulai dari gaya gerobakan, kaki lima, restoran biasa, hingga restoran mewah. (Dewi, 2022)

Banyak nya penjual nasi goreng di Kota Batam memunculkan persaingan usaha yang sangat tinggi tentunya memacu semangat pelaku usaha untuk lebih meningkatkan produktivitas untuk meraih keuntungan dalam penjualan. Salah satu cara yang digunakan perusahaan atau pelaku usaha khususnya di bidang nasi goreng dapat bersaing dan berkembang adalah menciptakan strategi-strategi yang baru. Strategi rasa, pemasaran dan strategi lainnya diharuskan bersaing. Banyak penjual nasi goreng yang mengalami gulung tikar karena tidak mampu bersaing dan tidak memuaskan para pelanggan. Dari penjelasan di atas dapat terlihat bahwa bisnis model tersebut tidak hanya dapat digunakan untuk membantu perencanaan di bidang bisnis saja tetapi dapat mencari permasalahan beserta solusi yang terdapat pada bidang lainnya terutama yang terkait dengan kualitas layanan atau mutu produk. (Rahayu et al., 2022)

Harga pada menu merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membuat keputusan pembelian pada suatu produk. Konsumen menginginkan harga menu yang sesuai dengan kualitas dari olahan makanan yang bersangkutan. Penetapan harga oleh pelaku bisnis harus disesuaikan dengan lingkungan dan perubahan harga bahan baku yang terjadi. (Enggriani & Nabila, 2022) Umumnya harga nasi goreng di kota Batam berkisar Rp.15.000-Rp.30.000. Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian karena

konsumen akan mencari tahu harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya (Edriani, 2021)

Niat pembelian ulang (*repurchase intention*) adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek. (Hermanto & Cahyadi, 2015) Pada umumnya, niat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk (Sari, 2020)

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Porsi Pesaing Nasi Goreng kampoengan

Pesaing	Penjualan (porisi) / hari
Kami Jogja Pak Jenggut	25
Nasi Goreng (special) Jawa Timur	40
Nasi Goreng Tungku Arang	35
Nasi Goreng Papsqi	45
Warung Nasi Goreng Bapak Agus	40

Sumber : Peneliti, 2023

Dari latar belakang diatas salah satu kuliner nasi goreng yang sedang viral adalah Nasi Goreng Kampoengan, berdiri sejak tahun 2021 sudah memiliki 6 cabang yang tersebar di Kota Batam. Peneliti akan meneliti salah satu cabang di Bengkong Polisi. Hasil dari observasi pendahuluan yang dilakukan terdapat pesaing penjual Nasi Goreng di sekitar nasi goreng Kampoengan Bengkong Polisi berjumlah 5 pedagang yang tersebar. Hasil ditemukan mayoritas pesaing nasi goreng di sekitar Bengkong Polisi terjual 30 Porsi per hari, sedangkan untuk nasi goreng kampoengan menjual kurang lebih 50 Porsi setiap harinya. Hasil wawancara dengan pemilik restoran ini untuk mendukung data informasi untuk penelitian ini adalah pemilik yang mengatakan jika memang sudah banyak penjual nasi goreng yang sudah tersebar di Kota Batam, pemilik mengatakan sebagai pembeda dari nasi goreng lainnya yaitu menjual nasi goreng dengan varian rasa berbeda-beda, umumnya nasi goreng memiliki satu cita rasa namun di nasi goreng Kampoengan ini dapat memilih rasa seperti nasi goreng jogya yang

keuntungan dari menggunakan produk atau jasa (Nurjanah, 2023)

2. Indikator Harga

Harga barang atau jasa menjadi penentu bagi permintaan pasar. Harga juga dapat mempengaruhi program pemasaran suatu perusahaan karena dapat menghasilkan keuntungan. (Arifin & Pamungkas, 2019) menyebutkan beberapa indikator harga antara lain:

- Keterjangkauan harga menu, yaitu penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Konsumen dapat menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan.
- Kesesuaian harga menu dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- Daya saing harga menu, yaitu penawaran harga yang dilakukan oleh perusahaan berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh perusahaan lain pada jenis produk yang sama.

2.2 Minat Beli Konsumen

1. Definisi Variasi Menu

Menu adalah pedoman bagi yang Minat atau keinginan membeli suatu produk atau jasa merupakan salah satu bentuk dari perilaku konsumen. Bentuk konsumen dari minat beli adalah konsumen potensial, yaitu konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian pada masa sekarang dan kemungkinan akan melakukan tindakan pembelian pada masa yang akan datang atau biasa disebut calon pembeli. Minat beli diperoleh dari proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi..

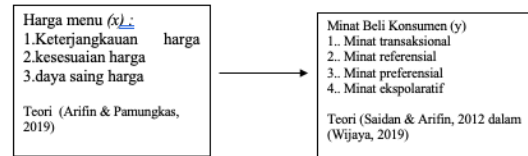
2. Indikator Minat Beli Konsumen

Adapun indikator dari minat beli yaitu :

- Minat transaksional, yaitu kecenderungan seorang dalam membeli produk.
- Minat referensial, yaitu kecenderungan seorang mereferensikan produk pada orang lain.
- Minat preferensial, yaitu menunjukkan perilaku seseorang yang memiliki preferensial utama pada produk tersebut. Preferensi ini dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- Minat eksploratif, yaitu menunjukkan perilaku seorang yang selalu mencari informasi

mengenai produk yang diminati dan mencari informasi lain yang mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. (Saidan & Arifin, 2012 dalam (Wijaya, 2019)

2.3 Kerangka Berfikir



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir
Sumber : Diolah oleh Peneliti

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Penelitian ini mempunyai beberapa hipotesis yaitu:

Ha : Ada Pengaruh Harga menu terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampungan Cabang Bengkong Polisi Batam

H0 : Tidak Ada Pengaruh Harga menu terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampungan Cabang Bengkong Polisi Batam.

METODE

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Cresweel menyatakan bahwa, “pendekatan kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekuensi dan prosentase tanggapan mereka”. (Oktaviani, 2015) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel, yaitu variabel (X1) harga menu terhadap (Y) Minat beli konsumen .

3.2 Populasi dan Sampel

2.5 Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tabel 3.1 Data Pelanggan Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam 2023

Bulan	Jumlah/bulan
Juli	500 porsi
Agustus	600 porsi
September	900 porsi
Jumlah	2000 porsi

Sumber: Nasi Goreng Kampoengan 2023

Hasil perhitungan rata-rata populasi selama 3 bulan terakhir adalah 666,667 pelanggan.

2.6 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, atau sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi (Martono, 2014).

2.7 Metode Sampel

Metode Sampel merupakan cara pengumpulan data yang hanya mengambil Sebagian elemen populasi. Penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin dengan taraf signifikan $\alpha=0.05$ (5%). Rumus slovin dalam penelitian ini akan dijabarkan dengan keterangan yang menjelaskan rumus tersebut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir: $e=0,05$ (5%)

Gambar 3.1 Perhitungan Sampel

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \rightarrow n = \frac{666,667}{1 + (666,667 \cdot 0,05^2)}$$

$$n = \frac{666,667}{1 + 666,667 \cdot 0,0025}$$

$$n = \frac{666,667}{1 + (1,667)}$$

$$n = \frac{666,667}{2,667}$$

$$n = 249,968$$

Jumlah sampel adalah 250

2.8 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Operasional variabel merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Dibawah ini operasional variabel dari penelitian yang akan dilakukan: Operasionalisasi Variabel Penelitian
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Ukur
1	Harga menu (X)	1. <u>Keterjangkauan harga</u> 2. <u>Kecsesuan harga</u> 3. <u>Daya saing harga</u>	Likert
2	Minat Beli (Y)	1) <u>Minat transaksional</u> 2) <u>Minat referensial</u> 3) <u>Minat orferensial</u> 4) <u>Minat Eksploratif</u>	Likert

Sumber: Data olahan peneliti, 2023

3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian. (Sugiyono, 2011)

a. Kuisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk jawabnya (Sugiyono, 2013).

b. Observasi

Selain wawancara, observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sangat lazim

c. Wawancara

Seorang peneliti melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan umum yang kemudian dikembangkan dan didetailkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara untuk melakukan wawancara berikutnya.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian..(Iii & Penelitian, 2017)

3.4 Teknis Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan guna melihat kebenaran data yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebarkan. Menurut (Ghozali, 2016) dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) menggunakan degree of freedom yang dihasilkan dengan rumus $(df) = n - 2$, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Dari penelitian ini, untuk r tabel dengan jumlah responden 98 pengunjung adalah 0.1966 jika error signifikan sebesar 5%.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah proses statistik yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur atau instrumen pengukuran (seperti kuesioner atau tes) dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang sama pada berbagai waktu dan situasi. Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersamasama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian.

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk memastikan apakah data yang digunakan dalam model regresi penelitian ini sudah terdistribusi secara linear, maka dilakukan uji asumsi ini dengan melihat plot scatter (hamburan) antara variabel independen dan dependen atau dengan melihat residual plot.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu analisis statistik yang digunakan untuk menentukan apakah data yang dimiliki dapat terdistribusi normal atau tidaknya.

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah suatu ketidakseimbangan dalam sebaran varians dari residual (kesalahan) dalam regresi linear.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi sederhana adalah pola hubungan antara satu variabel bebas X

dengan hanya satu buah variabel tak bebas Y .

7. Uji T (Parsial)

Uji t ini bertujuan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel variabel independen lainnya konstan (Setyawati & Soedarmadi, 2021). Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel x dan y apakah variabel x_1, x_2, x_3, x_4 benar benar berpengaruh secara terpisah atau parsial. hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

H_a : Variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

8. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan pada pengukuran seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Setyawati & Soedarmadi, 2021). Terdapat asumsi mengenai koefisien determinasi sebagai berikut:

Nilai R^2 yang mendekati 1 memiliki arti bahwa variabel independen hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Nilai R^2 yang mendekati 0 memiliki arti bahwa kemampuan variabel independen dalam memberikan informasi mengenai variasi variabel dependen amat terbatas.

3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi

Lokasi penelitian ini berlokasi di Bengkong Polisi, Batam

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian adalah jangka waktu penelitian berlangsung. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 5 bulan, dimulai pada bulan Oktober 2023

PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Responden dalam penelitian ini merupakan pembeli atau konsumen Nasi Goreng Kampoenan cabang bengkong polisi dengan jumlah 250 responden. Berikut hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin dan usia konsumen :

Karakteristik Responden	Kode	Persentase (%)
Jenis kelamin		
Laki-laki	131	52%
Perempuan	119	48%
Umur (tahun)		
17-30 tahun	85	34%
31-45 tahun	119	48%
> 45 tahun	46	18%
Total	250	100%

Sumber: Olahan data peneliti, 2023

Berdasarkan hasil data yang diolah dari total kuesioner penelitian, identifikasi responden yang menjadi sampel pada penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 131 orang atau sebesar 52%, sedangkan untuk responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 119 orang atau sebesar 48%. Hasil berdasarkan umur menjelaskan bahwa konsumen yang membeli Nasi Goreng Kampoenan pada rentang umur 31-45 tahun 119 (48%), dan terendah pada umur diatas 45 tahun dengan jumlah 46 responden 18%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang membeli Nasi Goreng Kampoenan Bengkong Polisi adalah berjenis kelamin laki-laki.

1. Gambaran Variabel Harga Menu

Tabel 4.2 Hasil Penelitian Variabel Harga Menu

No	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%
1	Keterjangkauan Harga	23	9,20%	136	54,40%	89	35,60%	2	0,80%
2	Kesesuaian Harga	134	53,60%	104	41,60%	12	4,80%	0	0%
3	Daya saing Harga	8	3,20%	141	56,40%	89	35,60%	12	4,80%

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2023

Hasil dari penelitian menurut variabel harga menu ditemukan bahwa indikator tertinggi dalam variabel harga menu yaitu indikator keterjangkauan harga dengan hasil responden mengatakan setuju dengan jumlah 136 responden 54,4%.

2. Gambaran Variabel Minat Beli konsumen

Tabel 4.3 Hasil Penelitian Variabel Minat Beli konsumen

No	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Minat transaksional	164	65,6%	86	34,4%	0	0%	0	0%	0	0%
		43	17,2%	128	51,2%	79	31,6%	0	0%	0	0%
2	Minat referensial	30	12%	145	58%	75	30%	0	0%	0	0%
		131	52,4%	119	47,6%	0	0%	0	0%	0	0%
3	Minat preferensial	10	4%	108	43,2%	108	43,2%	24	9,2%	0	0%
		120	48%	139	52%	17	34%	0	0%	0	0%
4	Minat eksploratif	15	6%	102	40,8%	111	44,4%	22	8,8%	0	0%
		114	45,6%	136	54,4%	19	38%	0	0%	0	0%

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2023

Hasil dari penelitian menurut variabel minat beli konsumen ditemukan bahwa indikator tertinggi yaitu indikator minat transaksional dengan hasil lebih banyak responden yang 'sangat setuju' dengan frekuensi 164 (65,6%).

3. Uji Validitas

Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total pada item tersebut, maka item dapat dinyatakan valid.

Variabel	Kode	r-hitung (Sig. 2 tailed)	r-tabel	Keterangan
Harga Menu (X)	X1	0,566	0,162	Valid
	X2	0,489		Valid
	X3	0,599		Valid
Mina Beli Konsumen (Y)	Y1	0,260		Valid
	Y2	0,450		Valid
	Y3	0,274		Valid
	Y4	0,267		Valid
	Y5	0,337		Valid
	Y6	0,480		Valid
	Y7	0,318		Valid
	Y8	0,369		Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2023

4. Uji Reabilitas

Reabilitas dapat diukur dengan menggunakan koefisien Cornbach Alpha yang dihasilkan oleh output SPSS.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
Harga Menu	0,636
Minat beli konsumen	0,653

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2023

5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		N
		250
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,64566965
Most Extreme Differences	Absolute	0,094
	Positive	0,093
	Negative	-0,094
Test Statistic		0,094
Asymp. Sig. (2-tailed)		.125 ^c

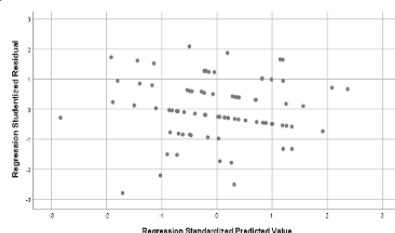
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh Nilai 0,125, menunjukkan bahwa nilainya telah melebihi 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal.

6. Uji Heterokedastisitas



7. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

a. Uji T

Model	T	Sig
Motivasi kerja	6,678	.000

Sumber: Data Diolah Peneliti Dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas dapat disimpulkan nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini adalah dan t_{hitung} yang didapatkan sebanyak 6,678. ($6,678 > 1,288$) Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel harga menu terhadap variabel minat beli konsumen secara parsial

b. Determinasi Koefisiensi

Tabel 4.9 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.432	0,573	-0,003	2,649

a. Predictors: (Constant), SKOR HARGA MENU

b. Dependent Variable: SKOR MINAT BELI KONSUMEN

Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 25, 2023

Dari analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,573. Dapat disimpulkan 57,3% pengaruh variabel harga menu terhadap minat beli konsumen. Sisanya dipengaruhi oleh factor lain

4.2 Pembahasan

1. Pengaruh Harga Menu terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampoengan Bengkong Polisi Batam

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas dapat disimpulkan nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini adalah dan t_{hitung} yang didapatkan sebanyak 6,678. ($6,678 > 1,288$) Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel harga menu terhadap variabel minat beli konsumen dengan nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,573. Dapat disimpulkan 57,3% pengaruh variabel harga menu terhadap minat beli konsumen.

Menurut Nurdiansyah dalam Dedi (2017) harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam menentukan suatu minat beli konsumen terhadap suatu produk maupun jasa. Konsumen akan sangat memperhatikan harga apabila produk atau jasa yang akan dibeli tersebut merupakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan, minuman dan kebutuhan pokok lainnya. Hal ini berarti bahwa dalam penentuan harga produk atau jasa yang dijual, baik perusahaan besar maupun usaha kecil sekalipun harus memperhatikan konsumen dan para pesaingnya. Konsumen ketika akan melakukan pembelian sebuah produk barang ataupun jasa, seorang konsumen pasti akan memperhatikan harga produknya, apakah sesuai dengan kemampuan finansial atau tidak. Harga yang dibayarkan oleh konsumen pada sebuah produk yang dibeli apakah sudah sebanding dengan manfaat yang akan

diterima, oleh karena itu harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. (Harita, 2023)

5.1 KESIMPULAN

Kesimpulan dari adalah sebagai berikut:

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas dapat disimpulkan nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini adalah dan t_{hitung} yang didapatkan sebanyak 6,678. ($6,678 > 1,288$) Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel harga menu terhadap variabel minat beli konsumen dengan nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,573. Besarnya pengaruh harga menu sebesar 57,3% sedangkan sisanya 43,7% pengaruh dari faktor lain.

5.2 Saran

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Nasi Goreng Kampungan Bengkong Polisi Batam
Peningkatan pelayanan pegawai, kualitas produk, keahlian pegawai dan kecekatan dalam melayani konsumen dapat berdampak pada pengalaman emosional yang baik sehingga konsumen merasa puas.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya
 - a) Penelitian diharapkan dapat menggunakan subjek lebih dari satu ataupun membandingkan antara satu rumah makan padang dengan lainnya
 - b) Dalam penelitian selanjutnya sebaiknya peneliti lebih memperhatikan pertanyaan yang diajukan sehingga tidak menimbulkan bias dengan memberikan pertanyaan kepada pihak kedua atau atasan yang mengetahui hasil kerja dari responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, J., & Pamungkas, T. (2019). Perbaikan Tata Letak Gudang Dengan Menggunakan Metode Shared Storage Pada Perum Bulog Subdivre Karawang. *Jurnal Media Teknik Dan Sistem Industri*, 3(1), 7. <https://doi.org/10.35194/jmtsi.v3i1.548>
- Dewi, N. K. J. N. (2022). Nasi goreng: food and wine pairing. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 1(5), 1189–1204. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i5.83>
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Goreng Cumi. *Jurnal Ekobistek*, 5(April), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Enggriani, M., & Nabila, A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Makanan Terhadap Minat Beli Aplikasi Online Pada Tempat Makan Bebek Bakar Ayayo Bandung. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(2), 165. <http://jurnalpariwisata.stpttrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1617>
- Hermanto, K., & Cahyadi, I. (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang fast food ayam goreng tepung di kalangan mahasiswa universitas kristen petra surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3, 361–387. <https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/3559/3228>
- Maulana, Y. S., & Alisha, A. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Kota Banjar). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(1), 86. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i1.1313>
- Modjo, L., & Anugrah, K. (2020). *Perkembangan kedai kopi & mocktail menjadi peluang usaha untuk kalangan muda di kota gorontalo*. 1(2), 51–57.
- Nurjanah. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban* (Issue July).
- Oktaviani, Y. (2015). Pengaruh Pola Asuh Single Parent Terhadap Perilaku Seks Pranikah Remaja Universitas Pendidikan Indonesia. *Jurnal Sosiologi*, 55–81.
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i1.40965>
- Rohiman, I., Riadi, F., Adinata, U. W. S., & Suherman, A. R. (2022). Pengaruh Harga

- Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Acman: Accounting and Management Journal*, 2(1), 66–74. <https://doi.org/10.55208/aj.v2i1.30>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Sri, E. (2017). *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Calya Pada PT Hadji Kalla Cabang Cokrominoto Kota Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sugiyono. (2018). *desain, Populasidan Sampel penelitian*. 4, 18–35.
- Suhardi, Y., Zulkarnaini, Z., Burda, A., Darmawan, A., & Klarisah, A. N. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Sekolah Olahraga Binasehat Bekasi). *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 31–41. <https://doi.org/10.36406/jemi.v31i02.718>
- Wijaya, N. & W. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.