

PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI JAJANAN TRADISIONAL DI CATARINA CAKES & COFFEE BATAM

The Effect of Taste and Price on Buying Interest of Traditional Snacks in Catarina Cakes & Coffee Batam

Melinda Susanti, Rezki Alhamdi

Manajemen Kuliner, Batam Tourism Polytechnic, Jl. Gajah Mada, Tiban Lama, Sekupang, 29425, Indonesia

ABSTRAK

Jajanan tradisional merupakan sebuah warisan budaya yang harus dilestarikan. Tetapi dengan adanya pengaruh budaya luar membuat peminat jajanan tradisional mulai berkurang. Hal ini sudah dirasakan oleh salah satu pedagang lokal yaitu Catarina Cakes & Coffee Batam, maka muncul motivasi untuk meningkatkan kembali peminat jajanan tradisional dengan ditingkatkan beberapa faktor yaitu cita rasa dan harga jajanan tradisional. Tujuan penelitian ini dilaksanakan untuk menganalisa adanya pengaruh cita rasa dan harga terhadap minat beli jajanan tradisional di Catarina Cakes & Coffee Batam. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 2.273 orang. Sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sehingga berjumlah 340 responden, pengunjung di Catarina Cakes & Coffee Batam. Uji coba instrument yang digunakan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Cita Rasa berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai jumlahnya lebih besar $T_{hitung} 4.177 > T_{tabel} 1.967$. (2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai jumlahnya lebih besar $T_{hitung} 14.350 > T_{tabel} 1.967$. (3) Cita Rasa dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli dengan nilai jumlahnya lebih besar $F_{hitung} 212.286 > F_{tabel} 3.033$. Hasil uji determinasi (R^2) menunjukkan angka sebesar 0.557 atau sebesar 55.7%, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini yaitu cita rasa (X_1), dan harga (X_2) terhadap minat beli jajanan tradisional di Catarina Cakes & Coffee Batam berpengaruh sebesar 55.7% dan sisanya 44.3% dipengaruhi oleh variabel di luar pengaruh Cita Rasa dan Harga.

Kata Kunci : Cita Rasa, Harga, Minat Beli, Jajanan Tradisional

ABSTRACT

Traditional snacks is one of the culture that must be preserved. But with the influence of outside culture, the traditional snacks enthusiasts are decreasing. This has been felt by one of the local traders, namely Catarina Cakes & Coffee Batam, so there is a motivation to increase the enthusiasts of traditional snacks by increasing several factors such taste and price. The purpose of this research is to find out the influence of taste and price towards on buying interest traditional snacks at Catarina Cakes & Coffee Batam. This type of research is using descriptive quantitative research. The population in this study is amounted to 2.273 people. The sample is calculated by using the Slovin formula and shown to 340 responden of the customer at Catarina Cakes & Coffee Batam. The test instrument is using validity test, reliability test and hypothesis test.

The result of this study showed: (1) Taste has a significant effect on Buying Interest with a greater number of $T_{count} 4.177 > T_{table} 1.967$. (2) Price has a significant effect on Buying Interest with a greater number of $T_{count} 14.350 > T_{table} 1.967$. (3) Taste and Price jointly has a significant effect on Buying Interest with a greater number of $F_{count} 212.286 > F_{table} 3.033$. The results of determination (R^2) shown 0.557 or 55.7%, it can be simplified, The Effect of Taste (X_1) and Price (X_2) on Buying Interest of Traditional Snacks at Catarina Cakes & Coffee Batam by 55.7% and the remaining 44.3% can be influenced by variables outside the influence of taste and price.

Keywords: Taste, Price, Buying Interest, Traditional Snacks.

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu Negara yang dikenal memiliki kekayaan akan ragam budaya-nya, yaitu berupa segi bahasa, suku, adat, ras, agama hingga berbagai macam makanan yang bervariasi. Hal-hal tersebut dibudidayakan oleh masyarakat Indonesia sebagai salah satu kewajiban yang harus dilestarikan dan dijaga baik (Njatrijani, 2018). Tetapi dengan seiringnya perkembangan zaman di era modernisasi yang ada di Indonesia, pengeseran budaya Indonesia sudah mulai terlihat dengan adanya pengaruh akulturasi budaya barat yang masuk ke dalam Indonesia dan budaya Indonesia sudah mulai perlahan menghilang dengan

adanya efek globalisasi yang timbul dari perubahan perilaku dan gaya hidup masyarakat Indonesia yang sekarang. Maka dari itu diperlukan kesadaran bagi masyarakat Indonesia dalam mempertahankan dan melestarikan budaya Indonesia.

Budaya yang dilestarikan bisa dimulai dengan hal yang paling sederhana, seperti makanan yang dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Indonesia terkenal dengan keragaman makanannya yang khas dari setiap daerah. Makanan Indonesia terkenal akan rasanya yang autentik dan memiliki beribu jenis makanan (Muliani, 2019). Makanan terbagi ke beberapa jenis yaitu makanan utama, makanan pendamping, makanan ringan dan juga makanan penutup. Hal yang paling

menarik dari beberapa jenis makanan yang dijelaskan yaitu jajanan tradisional yang dimiliki cukup bervariasi.

Jajanan tradisional atau jajanan pasar menjadi salah satu atribut bangsa Indonesia yang perlu dijaga dan dilestarikan sebagai bagian dari kekayaan lokal untuk memajukan wisata kuliner dalam pariwisata Indonesia (Pasar et al., 2021). Menjadikan jajanan pasar atau jajanan tradisional sebagai sebuah produk yang harus dilestarikan, membuat sebuah motivasi baru untuk para pedagang lokal untuk lebih berfokus dalam dunia jajanan tradisional.

Dengan menjual produk berupa jajanan tradisional menjadi salah satu upaya yang bisa dilakukan pedagang lokal dalam bentuk membudidayakan budaya Indonesia agar keberadaan jajanan tradisional bisa menjadi aset dalam pembangunan pariwisata yang sedang berkembang, oleh karena itu peluang dalam membuka bisnis di bidang jajanan tradisional memiliki unsur tradisi dan keunikan tersendiri serta manfaat yang besar bagi Negara (Mayasari et al., 2021).

Dengan upaya untuk melestarikan jajanan tradisional tersebut, pedagang lokal yang ada di kota Batam sudah mulai bermunculan. Dan salah satu toko jajanan tradisional yang tidak asing lagi bagi masyarakat kota Batam yakni, Catarina Cakes & Coffe Batam. Catarina Cakes & Coffee sudah menjual dan memproduksi jajanan tradisional sejak tahun 1998 hingga sekarang. Catarina Cakes & Coffee merupakan bisnis keluarga yang diteruskan secara turun temurun dan sekarang dikelola oleh pemilik bernama Kevin. Jajanan tradisional yang diproduksi oleh Catarina Cakes & Coffee berupa: risoles, onde-onde, kue lumpur, pie susu, kue lempur, aneka tahu, brownies kukus, wingko babat, bika ambon, dadar gulung dan masih banyak lagi.

Catarina Cakes & Coffee Batam menjadikan jajanan tradisional sebagai produk khas utama dari toko mereka. Dengan keyakinan pemilik dalam bersaing di dunia kuliner yang menjual jajanan tradisional serta keinginan untuk melestarikan keberadaan jajanan tradisional menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi pemilik Catarina Cakes & Coffee Batam, karena dengan seiring berjalannya waktu, peminat jajanan tradisional di Catarina Cakes & Coffee Batam mulai menurun. Hal ini dapat dibuktikan dari jumlah pengunjung di Catarina Cakes & Coffee dalam kurun waktu tiga bulan terakhir, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengunjung Catarina Cakes & Coffee Batam

Tahun	Bulan	Jumlah pengunjung
2022	Agustus	2.400 orang
2022	September	2.320 orang
2022	October	2.100 orang

Sumber: Catarina Cakes & Coffee Batam

Dari hasil data yang dilampirkan diatas menunjukan terjadinya penurunan jumlah pengunjung dan hal ini membuktikan bahwa peminat jajanan tradisional di Catarina Cakes & Coffee juga menurun. Kevin mengatakan hal ini bisa terjadi dikarenakan persaingan bisnis di dunia kuliner yang semakin sengit serta peminat jajanan atau kue yang lebih modern semakin banyak, contohnya seperti red velvet cake, mille crepes, cookies dan lain-lain. Dengan begitu

perusahaan harus mempunyai strategi agar dapat meningkatkan kembali minat beli konsumen terhadap jajanan tradisional yang ditawarkan di Catarina Cakes & Coffee Batam.

Minat beli konsumen dapat ditingkatkan kembali dengan berbagai faktor yang mempengaruhi yaitu cita rasa dan harga produk (Gligoriyevic et al., 2019). Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan (Sari, 2020). Dengan harapan meningkatnya minat beli konsumen terhadap produk, Catarina Cakes & Coffee menjadikan cita rasa sebagai komponen penting dalam memproduksi jajanan tradisional.

Cita rasa pada produk yang dihasilkan oleh Catarina Cakes & Coffee berfokuskan kepada indikator yaitu penampakan, rasa, bau dan tekstur (Sianturi et al., 2021). Dengan tampilan yang menarik serta rasa dan aroma yang enak dan konsisten, merupakan sebuah tantangan dalam menarik perhatian konsumen agar menimbulkan minat beli dalam diri konsumen itu sendiri (Maulana & Alisha, 2020). Cita rasa merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam membeli suatu produk sesuai dengan keinginan dan selera (Ilmi et al., 2020).

Selain cita rasa, harga juga menjadi salah satu acuan pelanggan dalam membeli jajanan tradisional (Sianturi et al., 2021). Pemilik Catarina Cakes & Coffee mengatur bagaimana produk jajanan tradisional yang dijual unggul dan mampu bersaing dengan harga pasaran yang ditawarkan oleh pedagang lain. Dengan menjual jajanan tradisional seharga Rp 1,500 hingga Rp 10,000 / porsi dijual sesuai dengan produk kue yang dinilai dari tingkat kesesuaian dalam memproduksi jajanan tradisional tersebut. Dalam penetapan harga yang sesuai dengan produk yang diberikan menimbulkan minat beli konsumen untuk membeli suatu produk (Lestari, 2019).

2. BAHAN DAN METODE

2.1 Bahan

Pelaksanaan pengumpulan data yang dilakukan selama tiga bulan yaitu dari bulan Agustus - October 2022 dilaksanakan di Catarina Cakes & Coffee Batam. Dengan penelitian ini diharapkan meningkatnya minat beli konsumen terhadap jajanan tradisional yang ada di Ruko Mitra Junction Blok B1 No. 20 Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29411 Indonesia. Pemilihan lokasi dilakukan sesuai dengan ketertarikan dan keinginan peneliti. Dimana Catarina Cakes & Coffee Batam terkenal sebagai café yang memiliki standar tinggi dalam menjual produk berupa jajanan pasar hingga makanan berat dari Indonesia hingga makanan Western dan juga berbagai macam minuman berupa coffee, non-coffee dan mocktail.

2.2 Metode

Menurut Arikunto (2019, hlm. 136) metode penelitian adalah cara utama yang digunakan peneliti untuk mencapai tujuan dan menentukan jawaban atas masalah yang diajukan. Metode penelitian kuantitatif mengemukakan tentang penelitian kuantitatif yakni pendekatan penelitian yang banyak menggunakan angka-angka, mulai dari mengumpulkan data, penafsiran terhadap data yang diperoleh, serta pemaparan hasilnya.

Penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pemilik Catarina Cakes & Coffe Batam. dokumentasi dan sebar kuesioner. Observasi dilakukan untuk meningkatkan cita rasa jajanan tradisional yang ditawarkan oleh Catarina Cakes & Coffe Batam seperti rasa dan aroma yang diberikan harus lebih khas sesuai dengan jajanan tradisional pada umumnya dan juga memperhatikan harga yang ditawarkan sesuai dengan harga pasaran yang ada agar dapat meningkatkan minat beli konsumen terhadap jajanan tradisional di Catarina Cakes & Coffee Batam, sementara wawancara dilakukan dengan berdiskusi atau tanya jawab secara langsung kepada pemilik Catarina Cakes & Coffe Batam untuk mengetahui cita rasa dan harga terhadap minat beli jajanan tradisional dengan sistematis untuk mengetahui pengaruh yang terjadi di Catarina Cakes & Coffe Batam. Dokumen merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengandalkan dokumen sebagai sumber data penunjang penelitian. Sumber dokumen bisa didapatkan dari berbagai sumber seperti sumber tertulis, foto, gambar dan film. Dalam penelitian ini menggunakan sumber tertulis berupa skripsi, tesis dan jurnal orang lain serta foto. Kuesioner atau daftar pertanyaan merupakan sebuah angket yang berisi beberapa pertanyaan dan diberikan kepada pengunjung. Dalam penelitian ini, pertanyaan dibuat sedemikian rupa dan diberikan kepada pengunjung di Catarina Cakes & Coffee Batam yang membahas tentang cita rasa dan harga terhadap minat beli jajanan tradisional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan uji korelasi (Uji-t), dan (uji-f hipotesis secara simultan), uji koefisien determinasi (R^2) dengan hasil sebagai berikut:

3.1 Hasil (Uji-t)

Uji T menguji bagaimana pengaruh variabel bebas secara masing-masing mempengaruhi variabel terikat atau tidak. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansinya dengan contoh jika nilai signifikansi ditetapkan 0,05 ($\alpha=5\%$), hasil output SPSS (Wisudaningsi et al., 2019) adalah:

- Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 3.1 Hasil Uji-t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.884	1.559		-1.209	.228
Cita Rasa (X1)	.309	.074	.183	4.177	.000
Harga (X2)	.961	.067	.628	14.350	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa:

- Cita Rasa (X_1)
 T_{hitung} Cita Rasa (X_1) 4.177 $>$ T_{tabel} 1.967 maka dapat disimpulkan bahwa adanya Pengaruh Cita Rasa jajanan tradisional mempengaruhi Minat Beli konsumen di Catarina Cakes & Coffee Batam.
- Variabel Harga (X_2)
 T_{hitung} Harga (X_2) 14.350 $>$ T_{tabel} 1.967 maka dapat disimpulkan bahwa adanya Pengaruh Harga jajanan tradisional mempengaruhi Minat Beli konsumen di Catarina Cakes & Coffee Batam

Selain uji-t, uji-F juga perlu dilakukan dalam penelitian ini. Nilai F tabel penelitian menggambarkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel cita rasa dan variabel harga terhadap jajanan tradisional. Nilai uji-F dapat dilihat pada Tabel 3.2 di bawah ini.

3.2 Hasil (Uji-f Hipotesis secara Simultan)

Uji F menguji bagaimana pengaruh variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat atau tidak. Pengambilan keputusan dalam uji F sama dengan uji T, penerimaan atau penolakan pada hipotesis dilihat dari hasil output SPSS:

- Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 3.2 Hasil (Uji-f Hipotesis secara Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	6219.311	2	3109.656	212.286	.000 ^b
Residual	4936.512	337	14.648		
Total	11155.824	339			

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)
b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Cita Rasa (X1)

Berdasarkan Tabel 3.2 di atas, diperoleh nilai F adalah Variabel Cita Rasa (X_1) dan Harga (X_2) F_{hitung} 212.286 $>$ F_{tabel} 3.033 maka dapat disimpulkan bahwa adanya Pengaruh Cita Rasa dan Harga jajanan tradisional secara bersama-sama mempengaruhi Minat Beli konsumen di Catarina Cakes & Coffee Batam secara Simultan.

3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase pengaruh variabel independen yaitu cita rasa, harga secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli. Berikut tabel hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.747 ^a	.557	.555	3.82732
a. Predictors: (Constant), Harga (X2), Cita Rasa (X1)				

Tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai R
Memberikan arti bahwa hubungan variabel cita rasa (X1), harga (X2), terhadap variabel minat beli (Y) sebesar 74.7%, dimana hasil ini menunjukkan hubungan antar variabel yang kuat.
2. Nilai R² (R square)
Nilai R² atau R square yang diperoleh adalah 0.557 yang memiliki arti bahwa pengaruh cita rasa (X1), harga (X2) jajanan tradisional terhadap minat beli di Catarina Cakes & Coffee Batam adalah sebesar 55.7% dan sisanya 44.3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan di dalam model regresi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Cita rasa berpengaruh terhadap Minat Beli jajanan tradisional di Catarina Cakes & Coffee Batam.
2. Harga berpengaruh terhadap Minat Beli jajanan tradisional di Catarina Cakes & Coffee Batam.
3. Cita rasa dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli jajanan tradisional di Catarina Cakes & Coffee Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Andenigar, B. D. (2020). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MAKANAN DI RUMAH MAKAN AYAM DAN BEBEK GORENG SAMBAL IJOER,ER*.
- Andika, R., Widjarnako, B., & Ahmad, R. (2019). Pengaruh Motivasi Kerja dan Persaingan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Melalui Kepuasan Kerja sebagai Variabel Intervening Pada Pegawai Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 1689–1699.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang*, 3(2), 108. <https://doi.org/10.32493/dr.v3i2.6299>
- Darmawan, D. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen D'Cost Surabaya. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fauziah, N. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>
- Gligorijevic, N., Robajac, D., & Nedic, O. (2019). *pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap minat beli produk private label*. 84(10), 1511–1518. <https://doi.org/10.1134/s0320972519100129>
- Hadi, S. N. (2018). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Hala, dan Diverifikasi Produk Terhadap Keputusan Beli Konsumen Pada Olahan Tuna inggil Pacitan Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(15), 131–142.
- Halim, N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset* ..., 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Ilmi, S., Pawenang, S., & Marwati, F. file:///C:/Users/ASUS/Desktop/7103210055 B. I. pdfSety. (2020). Pengaruh Choi Siwon Sebagai Brand Ambassador, Brand Image, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Korean Spicy Chicken. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01), 103–113. <https://doi.org/10.29040/jie.v4i01.822>
- Kirana, D. (2018). Pengaruh Cita Rasa, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Lestari. (2019). *pengaruh harga dan kualitas makanan terhadap kepuasan konsumen*.
- Liyani, N. I., Salsabila, A., Gusnadi, D., & Karsiwi, R. R. M. (2021). Inovasi kue lumpur berbasis kurma bagi kesehatan. *E-Proceeding of Applied Science*, 7(5), 1494–1502.
- Mahanani, E., & Roosdiana, R. (2020). Pengaruh Current Ratio (CR), Debt To Equity Ratio dan Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap Return On Equity (ROE) (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Konsumsi yang terdaftar di BEI Periode 2015-2018). *Manajemen Dan Akuntansi*, 1–44.
- 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>
- Mayasari, I., Sugeng, N. W., & Ratnaningtyas, H. (2021). Peran Bauran Pemasaran