

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS MAKANAN

TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KEDAI MAKAN MAJULA BATAM

The Influence Of Food Price and Quality Towards Repurchase Terest In Majula Batam Food Stall

Vincent Laiberto¹, Rosie Oktavia Puspita Rini²

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

ABSTRAK

Bisnis kuliner di kota Batam sangat berkembang, disebabkan mayoritas warga dari kota Batam adalah pekerja. Mereka tidak memiliki waktu untuk memasak sendiri, maka dari itu masyarakat kota Batam lebih memilih untuk membeli makanan dari luar. Dengan banyaknya permintaan, semakin banyak juga bisnis kuliner yang buka di kota Batam, sehingga persaingan dan penjualan di Kota Batam semakin berat. pengusaha kedai makan saat ini telah mengalami suatu kesulitan, yakni keminatan konsumen terhadap produk makanan yang dihidangkan tidak sesuai dengan kemauan dari konsumen dan kondisi ekonomi yang tidak pasti.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui: (1) Harga dan Kualitas makanan terhadap Minat beli ulang pada Kedai Majula. Jenis Penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif Deskriptif. Populasi dari penelitian ini berjumlah 112 Orang. Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin sehingga berjumlah 112 orang yang dibulatkan menjadi 90 responden. Teknik Pengumpulan data menggunakan Observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Uji Coba instrument yang digunakan menggunakan uji validasi, uji reliabilitas dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh harga (X₁) dan kualitas (X₂) terhadap minat beli konsumen (Y) secara signifikan. dengan nilai T_{hitung} Harga (X₁) $2,144 > t_{tabel}$ 1,987 dan T_{hitung} Kualitas Makanan (X₃) $2,000 > t_{tabel}$ 1,987.

Kata Kunci: Harga, Kualitas, Minat beli ulang.

ABSTRACT

The culinary business in Batam city is very developed, because the majority of residents from Batam city are workers. They do not have time to cook by themselves, therefore the people of Batam city prefer to buy food from outside. With so much demand, more and more culinary businesses are also opening in the city of Batam, so that competition and sales in Batam City are getting tougher. Restaurant entrepreneurs today have experienced a difficulty, namely consumer interest in food products served is not in accordance with the wishes of consumers and uncertain economic conditions.

The purpose of this study is to determine: (1) The price and quality of food towards the interest in repurchase in Kedai Majula Majula. This type of research is Descriptive Quantitative research. The population of this study was 112 people. The sample was calculated using the Slovin formula so that it numbered 112 people rounded to 90 respondents. Data collection techniques use Observation, interviews, questionnaires, and documentation. Trial instruments used use validation tests, reliability tests and hypothesis tests. The results of this study show that there is a significant influence of price (X₁) and quality (x₂) on consumers' buying interest (Y). with a value of T calculate Price (X 1) $2,144 > t_{tabel}$ 1,987 and $T_{calculate}$ Food Quality (X₃) $2,000 > t_{table}$ 1,987.

Keywords: Price, Quality, Repurchase interest.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keanekaragaman mau dari segi budaya, adat dan bahasa. Indonesia juga memiliki memiliki Sumber Daya alam yang melimpah, jika sumber daya alam tersebut dikelola dengan benar maka hal tersebut akan berpengaruh terhadap meningkatnya pendapatan negara yang dapat membuat bangsa lebih makmur dan sejahtera. Salah satu yang dapat dikembangkan yakni di bidang Kuliner. Kuliner merupakan unsur dari suatu bangsa yang sangat mudah dikenali sebagai identitas dalam suatu masyarakat. Kuliner itu sendiri juga memiliki unsur budaya dan relasi Sosial. Apa yang kita konsumsi, dengan siapa, dan cara penyajian suatu

makanan menunjukkan bagian dalam memaknai relasi sosial.(Utami, 2018).

Kuliner dapat diartikan sebagai suatu subjek yang ada hubungannya dengan menghasilkan suatu produk yang dapat dikonsumsi dan dinikmati oleh umat manusia (Karolina, 2018). Dengan adanya kuliner ini dapat menjadi salah satu sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi pada tahun kedepan (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2017). Saat ini kompetisi dunia kuliner bertambah ketat, dikarenakan perkembangan dari dunia kuliner semakin berkembang pesat dan juga banyak pembisnis yang berminat untuk memulai usaha kuliner (Firdaus Ikrar Cholikh1, Rufial2, 2022). Hal ini terjadi karena

makanan merupakan kebutuhan pokok dari manusia. Maka muncullah berbagai berbagai usaha kuliner yang membuat para pesaing usaha semakin ketat. Untuk dapat terus bertahan dalam dunia kuliner, makan pengusaha perlu untuk memiliki strategi yang sesuai dengan jenis usaha yang dijalankan, dimulai dari Iklan dari media sosial, variasi menu yang diberikan serta harga dan kualitas dari makanan itu sendiri (Latief, 2022).

Bisnis kuliner di kota Batam sangat berkembang, disebabkan mayoritas warga dari kota Batam adalah pekerja. Mereka tidak memiliki waktu untuk memasak sendiri, maka dari itu masyarakat kota Batam lebih memilih untuk membeli makanan dari luar. Dengan banyaknya permintaan, semakin banyak juga bisnis kuliner yang buka di kota Batam, sehingga persaingan dan penjualan di Kota Batam semakin berat (Ridho et al., 2019). Salah satu dari usaha kuliner yang banyak dijalankan di kota Batam yaitu usaha kedai makan. Usaha ini bersaing untuk memberikan manajemen pemasaran makanan yang terbaik supaya dapat menimbulkan keunikan dan perbedaan dari para pesaing lainnya (Firdaus Ikrar Cholikh1, Rufial2, 2022), dimulai dari variasi makanan, variasi menu, harga, kualitas pelayanan, kualitas makanan, dan suasana dari tempat tersebut (Darmawan et al., 2020). Tetapi, pengusaha kedai makan saat ini telah mengalami suatu kesulitan, yakni keminatan konsumen terhadap produk makanan yang dihidangkan tidak sesuai dengan kemauan dari konsumen dan kondisi ekonomi yang tidak pasti. Apalagi pada saat itu mewabahnya virus covid 19 yang secara tidak langsung berdampak pada industri makanan. Kondisi ini juga dialami oleh salah satu usaha Kedai Makan Majula yang berlokasi di kota Batam.

Kedai Makan Majula memulai usahanya pada tahun 2012, Kedai Makan Majula berawal dari usaha kecil kecilan yang dikelola oleh seorang ibu yang bernama Helen. Saat ini Kedai Makan Majula merupakan salah satu usaha kuliner yang cukup terkenal di kalangan anak remaja kantoran daerah Jodoh. Permasalahan dari usaha Kedai Makan Majula yang sekarang dihadapi ialah mempertahankan konsumennya, dikarenakan dengan persaingan dunia kuliner saat ini sangat ketat di kota Batam, ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian kembali pada Kedai Makan Majula Batam.

Dari permasalahan yang dihadapi oleh usaha Kedai Makan Majula, cara mempertahankan konsumen untuk melakukan minat beli ulang dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti Harga dan Kualitas dari makanan tersebut. (Firdaus Ikrar Cholikh1, Rufial2, 2022). Dengan adanya harga dan kualitas yang bagus dari makanan yang diberikan kepada konsumen, maka itu akan menimbulkan puas dari konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (Darmawan et al., 2020). Dari hasil penelitiannya Hidayat, bismo dan Basri (Hidayat et al., 2020) menyatakan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif terhadap pembelian ulang.

2. BAHAN DAN METODE

2.1 Bahan

Penelitian ini dilaksanakan selama 4 bulan. Peralatan yang digunakan dalam penelitian ini di antaranya alat tulis, dan kuesioner.

2.2 Metode

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sugiyono (2015) menjelaskan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Peneliti mengamati aspek-aspek yang berkaitan erat dengan masalah yang diteliti secara lebih spesifik, sehingga diperoleh data yang menunjang dalam penyusunan laporan penelitian ini untuk diproses dan dianalisis. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data ordinal dengan menggunakan alat analisis berupa korelasi dengan bantuan instrumen kuesioner yang diberikan kepada responden yang menjadi sampel dengan bantuan software berupa SPSS dengan menggunakan Skala Likert.

Penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan manager Kedai Makan Majula Batam yang berlokasi di Komplek Winsor Central Blok E no 4, Lubuk Baja Kota – Nagoya. Observasi dilakukan untuk mengetahui pihak Kedai Makan terkait dengan kualitas makanan minat beli ulang dan harga yang diterapkan, sementara wawancara dilakukan dengan berdiskusi atau tanya jawab secara langsung kepada manager Kedai Makan Majula untuk mengetahui harga dan kualitas makanan terhadap minat beli ulang kemudian dicatat dengan sistematis untuk mengetahui pengaruh yang terjadi di Kedai Makan Majula Batam.

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)

Tabel 3.1 Hasil Uji-t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.644	1.432		3.243	.002
X1	.006	.071	.012	2.144	.935
X2	-.121	.080	-.217	2.000	.133

Tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa:

1. Variabel Harga (X_1)
 T_{hitung} Harga (X_1) 2,144 > t_{tabel} 1,987 maka, harga di Catering Majula mempengaruhi *Repurchase Intention*.
2. Variabel Kualitas Makanan (X_2)
 T_{hitung} Kualitas Makanan (X_2) 2,000 > t_{tabel} 1,987 maka, kualitas makanan di Catering Majula mempengaruhi *Repurchase Intention*.

Selain uji-t, uji-F juga perlu dilakukan dalam penelitian ini. Nilai F tabel penelitian menggambarkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel harga dan kualitas makanan terhadap minat beli ulang. Nilai uji-F dapat dilihat pada Tabel 3.2 di bawah ini.

3.2 Hasil (Uji-f Hipotesis secara Simultan)

Tabel 3.2 Hasil (Uji-f Hipotesis secara Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1812.275	2	906.138	109.215	.000 ^b
	Residual	721.825	87	8.297		
	Total	2534.100	89			

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, diperoleh nilai F adalah 109,215, maka $F_{hitung} 109,215 > F_{tabel} 3,10$ maka H_0 ditolak dan menerima H_a . Kesimpulan dari perbandingan tersebut adalah harga (X_1), kualitas makanan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Repurchase Intention*.

3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.715	.709	2.88042

Tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa :

1. Nilai R
Memberikan arti bahwa hubungan variabel harga (X_1), kualitas makanan (X_2), terhadap variabel *Repurchase Intention* (Y) sebesar 84,6%, dimana hasil ini menunjukkan hubungan antar variabel yang kuat.
2. Nilai R^2 (*R square*)
Nilai R^2 atau *R square* yang diperoleh adalah 0,715 yang memiliki arti bahwa pengaruh harga (X_1), kualitas makanan (X_2) terhadap *Repurchase Intention* di Catering Majula adalah sebesar 71,5% dan sisanya 28,5% 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. Harga berpengaruh terhadap terhadap minat beli ulang di Kedai Makan/ Catering Majula Batam.
2. Kualitas Makanan berpengaruh terhadap minat beli ulang di Kedai Makan/ Catering Majula Batam.
3. Harga dan Kualitas makanan secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang pada Kedai Makan Majula Batam.

SARAN

1. Sebagai referensi dan acuan terhadap permasalahan minat beli ulang perlu dilakukan penelitian lanjutan dengan menambah variabel *promotion, people, process, dan physical evidence* secara lebih mendalam sehingga penelitiannya dapat lebih maksimal dan memberikan rekomendasi yang tepat untuk peningkatan minat beli ulang yang tentunya nanti akan berdampak pada peningkatan pendapatan suatu usaha di bidang kuliner.

2. Peneliti menyarankan kepada penelitian selanjutnya agar melakukan penelitian dengan jumlah populasi serta sampel yang lebih banyak lagi, sehingga data yang sudah terkumpul dapat digeneralisasikan lebih baik dengan demikian hasil penelitian selanjutnya dapat menggambarkan kecenderungan dari setiap variabel yang dibuat lebih akurat dan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan bauran pemasaran ataupun strategi pemasaran dan juga lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan, pengumpulan data dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.
3. Rekomendasi saran kepada pemilik / pengelola Kedai Makan Majula Batam untuk memperhatikan tidak saja harga makanan secara konsisten tidak berubah-ubah setiap waktunya. Selain itu kualitas makanan dari segi penyajian harus juga menjadi perhatian sehingga makanan yang terhidang dapat tetap fresh dan hangat yang pada akhirnya akan memberi nilai tambah terhadap minat beli konsumen

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha dan Michael. (2018). Pengaruh Kualitas makanan dan servicescape terhadap kepuasan pelanggan. *Pengaruh Kualitas Makanan Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan*, 2006, 1–10.
- Arslan, I. K. (2020). the Importance of Creating Customer Loyalty in Achieving Sustainable Competitive Advantage. *Eurasian Journal of Business and Management*, 8(1), 11–20. <https://doi.org/10.15604/ejbm.2020.08.01.002>
- Asfihan, A. (2021). Uji Asumsi Klasik: Jenis-jenis Uji Asumsi Klasik. *Fe Unisma*, 1–11. <http://fe.unisma.ac.id/MATERI/AJAR/DOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MA/Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/>
- Berliansyah, Rezha Arlanda Suroso, A. (2018). The Influence of Food & Beverage Quality, Service Quality, Place, and Perceived Price to Customer Satisfaction and Repurchase Intention. *Journal of Research in Management*, 1(1). <https://doi.org/10.32424/jorim.v1i1.18>
- Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. . N. Y. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 74. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26202>
- Faruk. (2019). The influence of perceived food quality, price fairness, perceived value and satisfaction on customers' revisit and word-of-mouth intentions towards organic food restaurants. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50(February), 103–110. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.005>
- FAZISYAH, A., & PURWIDIANI, N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji

Kfc Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Tata Boga*, 7(2), 178–187.

Firdaus Ikrar Cholikh1, Rufial2, B. S. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Menu Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kusuma Catering Di Bekasi. *Universitas Gunadarma*, 1(5 maret), 481–486.

Fungai, M. (2017). *FACTORS INFLUENCING CUSTOMER REPURCHASE INTENTION IN THE FAST* Author : *Michael Fungai Business & Social Sciences Journal (BSSJ)*. 2(1), 113–133.