

PAPER NAME

rev3 BAB I-V CHAIRUL FIKRI.pdf

AUTHOR

Chairul Fikri

WORD COUNT

14594 Words

CHARACTER COUNT

70081 Characters

PAGE COUNT

82 Pages

FILE SIZE

2.0MB

SUBMISSION DATE

Jan 12, 2024 4:21 PM GMT+7

REPORT DATE

Jan 12, 2024 4:22 PM GMT+7

● 41% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

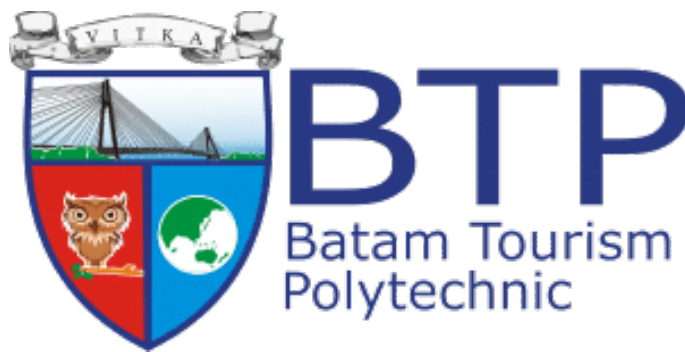
- 28% Internet database
- 12% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 32% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Small Matches (Less than 15 words)

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

PROYEK AKHIR



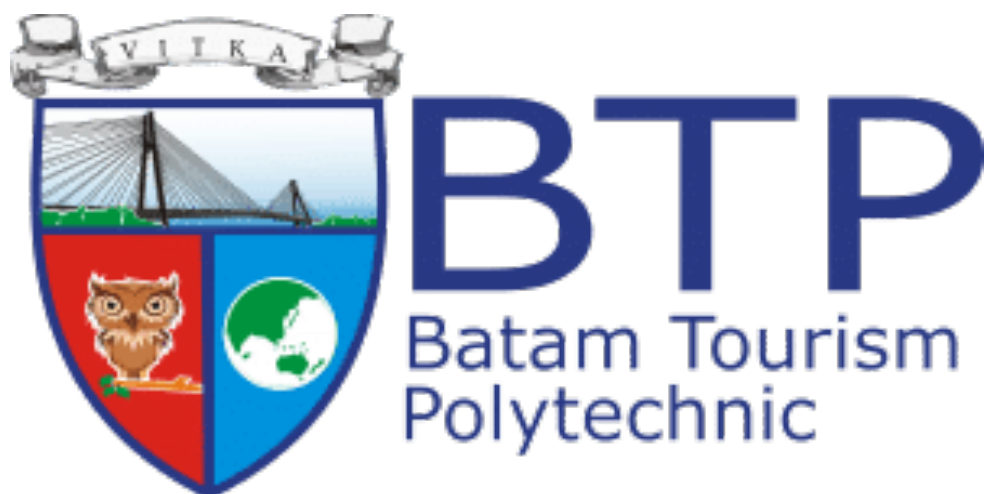
OLEH

CHAIRUL FIKRI

NIM.2018030089

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KULINER
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM**

2023



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

37

PROYEK AKHIR

Diajukan kepada
Politeknik Pariwisata Batam
untuk memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan
Program Diploma IV Manajemen Kuliner

OLEH

CHAIRUL FIKRI

NIM.2018030089

PROGRAM STUDI MANAJEMEN KULINER

POLITEKNIK PARIWISATA BATAM

2023

1

Lembar Persetujuan Pembimbing

Proyek Akhir oleh Chairul Fikri ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan

Batam,

Pembimbing,

Heri Nuryanto, S.Kom., M.S.I
NIDN. 1025038301

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Harga Menu terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam” Proposal skripsi ini dibuat dan diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar S. Tr.Par (Sarjana Terapan Pariwisata) pada jurusan kuliner di Batam Tourism Polytechnic.

Selama penelitian proposal skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan dan dukungan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak M. Nur A. Nasution, S.Sos. M,Pd, CHA, selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam.
2. Ibu Rosie Oktavia P.R, SE., MM.Par, selaku Ketua Program Studi Manajemen Kuliner Politeknik Wisata Batam.
3. Bapak Heri Nuryanto, S.Kom., M.S.I, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, ilmu dan solusi semasa pengerjaan proyek akhir ini.
4. Seluruh dosen dan staf Batam Tourism Polytechnic yang telah memberikan pengetahuan selama masa perkuliahan.
5. Seluruh teman-teman Angkatan yang telah memberikan motivasi, semangat, masukan, kritik dan saran selama masa pengerjaan proyek akhir ini hingga selesai.
6. Pihak Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi yang telah bersedia menjadikan tempat penelitian saya.

6
Di dalam penelitian proposal skripsi ini, penulis telah berusaha semaksimal mungkin, walaupun demikian penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Batam, Januari 2024

Chairul Fikri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
LEMBAR LOGO	ii
HALAMAN JUDUL	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
KATA PENGANTAR	vii
39 DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Batasan Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Definsi Istilah	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Harga	7
2.2 Minat Beli Konsumen	8
2.3 Kajian Empiris.....	10
2.4 Kerangka Berfikir	12
86 2.5 Hipotesis	13
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	14
3.1 Desain Penelitian	14
3.2 Populasi dan Sampel	16

1	3.3 Operasional Sampel.....	18
	3.3.1 Operasioanlisasi Variabel	18
	3.3.2 Skala Pengukuran Variabel.....	18
	3.3.3 Jenis Data.....	19
	3.4 Metode Pengumpulan Data	19
	3.4.1 Kuesioner.....	20
	3.4.2 Wawancara	22
	3.4.3 Observasi Dokumen.....	22
	3.5 Teknik Analisis Data	23
	3.5.1 Analisis Deskriptif.....	23
	3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	19
	1. Uji Validitas	20
1	2. Uji Reabilitas.....	21
	3.5.3 Uji Asumsi Klasik	22
	1. Uji Normalitas	22
	2. Uji Heteroskodastritas	23
	3. Analisis Regresi Linear Sederhana	23
	3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	14
	4.1 Hasil	14
	4.2 Pembahasan	16
12	BAB V. KESIMPULAN.....	14
	5.1 Kesimpulan	14
	5.2 Saran.....	16

DAFTAR PUSTAKA	24
-----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Porsi Pesaing Nasi Goreng kampoengan.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Data Pelanggan Nasi Goreng Kampoengan.....	14
Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel	16
Tabel 3.3 Skala Likert	17

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Lokasi Nasi Goreng Kampoengan	5
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	15
Gambar 3.1 Perhitungan Sampel	16

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis yang kian tahun kian berkembang disambut juga persaingan bisnis¹¹ menuntut perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan hasil yang terbaik dengan menerapkan strategi bisnis dan bermacam macam inovasi.¹¹ Termasuk persaingan pada bisnis kuliner yang mana banyak ditemukan di sekitar kita dalam bentuk perusahaan besar maupun kecil. Semakin banyaknya pelaku bisnis yang bergerak pada bidang ini perusahaan harus mampu mengembangkan produknya agar dapat bersaing dan memiliki keunggulan pada produk. Kuliner Indonesia yang beraneka ragam menjadikan daya tarik tersendiri bagi dunia kuliner. (Modjo & Anugrah, 2020)

Kuliner³⁶ tradisional adalah suatu masakan yang asalnya dari suatu daerah di Indonesia yang mempunyai suatu ciri dan rasa yang unik dari setiap daerahnya dimulai dengan makanan pembuka, makanan utama, makanan penutup, hingga minumannya. Makanan tradisional sendiri yaitu suatu makanan yang di konsumsi oleh masyarakat atau penduduk setempat. Wisata kuliner Indonesia menjadikan potensi wisata di Indonesia. Salah satu kuliner Indonesia yang mendunia adalah nasi goreng. Tidak hanya di gemari oleh masyarakat dunia warga local Indonesia juga sangat menyukai nasi goreng. Nasi goreng merupakan teranak kedua setelah rendang.²² 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.30.000.⁴² Hal tersebut akan mempengaruhi konsumen sebelum memutuskan pembelian karena konsumen akan mencari tahu harga dan akan memilih produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya. Konsumen semakin selektif dalam menentukan selera, dengan melihat rasa, ciri khas dan kualitas makanan yang disajikan menentukan konsumen akan membeli ulang makanan tersebut. (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. Menyatakan niat konsumen untuk¹⁹ melakukan pembelian ulang dipengaruhi oleh banyak faktor, selain dari pengalaman dirinya sendiri tetapi juga dapat dipengaruhi oleh inovasi produk yang ditawarkan. (Sari, 2020)⁶² Meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada niat pembelian konsumen.(Maulana & Alisha, 2020)

Penelitian ini dilatar belakangi oleh penelitian-penelitian terdahulu. Pada penelitian ini tidak menggunakan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Suhardi et al., 2022) bahwa variabel kepuasan konsumen digunakan sebagai variabel mediasi karena variabel minat konsumen dipengaruhi oleh variabel kepuasan untuk⁹

melakukan pembelian yang berulang-ulang. Kemudian penelitian yang dilakukan (Rohiman et al., 2022) bahwa variabel kepuasan digunakan sebagai variabel mediasi karena variabel kepuasan konsumen yang cenderung meningkat akan berdampak pada pembelian ulang yang dilakukan konsumen. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Hermanto & Cahyadi, 2015) bahwa variabel kepuasan memediasi minat beli ulang karena kepuasan membentuk perasaan yang dialami konsumen yang setelah menggunakan produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen.

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Porsi Pesaing Nasi Goreng kampoengan

Pesaing	Penjualan (porshi) / hari
Kami Jogja Pak Jenggot	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. 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 mengatakan jika memang sudah banyak

penjual nasi goreng yang sudah tersebar di Kota Batam, pemilik memiliki strategi 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 cenderung manis, nasi goreng kampung dan nasi goreng padang yang memiliki rasa, aroma dan warna khas tersendiri.



Gambar 1.1 Lokasi dan Harga Menu Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam

Hasil dari wawancara pemilik mengatakan dengan variasi menu yang berbeda dari nasi goreng lainnya menjadikan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Harga nasi goreng berkisar Hasil observasi peneliti melihat nasi goreng kampoengan lebih laris dengan pembeli adalah nasi goreng

kampoengan Rp.15.000- Rp.22.000 memiliki rasa yang beragam sehingga pembeli tidak hanya membeli dengan satu rasa. Umumnya, nasi goreng menjual nasi goreng dengan satu rasa sehingga membuat pembeli bosan. Nasi goreng kampoengan menyajikan menu dengan rasa yang berbeda seperti nasi goreng kampung, nasi goreng padang dan nasi goreng jogya yang memiliki rasa dan aroma yang khas berbeda disetiap nasi gorengnya. Hasil observasi selanjutnya cara memasak yang unik dengan menggunakan pan datar dan bisa melihat atraksi kecil dari koki sehingga menjadi keunikan tersendiri. Dari hasil studi pendahuluan diatas, penulis tertarik mengambil penelitian tersebut dengan judul “Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi ¹Batam”

1.2 Batasan Masalah

Dari uraian latar belakang diatas peneliti membatasi batasan masalah terkait Pengaruh Harga Menu terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam. Tujuan dari Batasan masalah ini adalah memfokuskan masalah yang akan dibahas sehingga penelitian ini terarah. Berikut ruang lingkup penelitian ini :

1. Berfokus pada Pengaruh Harga Menu terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam
2. Peneliti memilih Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam sebagai lokasi penelitian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti merumuskan masalah apakah Harga Menu berpengaruh dengan minat beli Konsumen Di Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil yang sesungguhnya, sehingga masalah yang diteliti dapat diselesaikan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Maka tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk mengetahui pengaruh Harga Menu terhadap Minat Beli Konsumen Di Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Bagi Peneliti

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pengembangan teori harga dan minat beli konsumen di bidang kuliner
2. Mendapatkan pengalaman melakukan penelitian dan menuangkannya dalam sebuah karya ilmiah.

1.5.2 Manfaat Bagi Institusi

Dari penelitian menjadi sumber informasi dan referensi bagi institusi Pendidikan sebagai sumber mata perkuliahan mengenai kualitas pelanggan dan kepuasan pelanggan dalam bisnis kuliner

1.5.3 Manfaat Bagi Tempat Penelitian

1. Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan untuk Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam dalam meningkatkan startegi pemasaran.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan ataupun informasi untuk pihak manajemen, khusus nya mempertahankan dan memperluas pangsa pasar untuk produknya kepada masyarakat.

1.6 Definisi Istilah

1.6.1 Harga : adalah nilai yang dibebankan pada produk, atau jumlah nilai yang ditukar konsumen dengan manfaat- manfaat karena konsumen akan memiliki atau menggunakan produk tersebut.

1.6.2 Minat Beli Konsumen

Minat beli merupakan bagian dari perilaku pembelian konsumen di mana kesesuaian antara performa dari produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan menghasilkan minat konsumen untuk mengkonsumsinya lagi di masa akan datang.

1.6.3 Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Jika tujuan pembelian produk tersebut untuk dijual kembali, maka dia disebut pengecer atau distributor.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Harga

2.1.1 Pengertian Harga

⁶ Harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk atau jasa yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan dari menggunakan produk atau jasa. Harga menjadi satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga tergantung pada kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan berbagai hal. Perusahaan harus selalu memantau harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan perusahaan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah. Definisi harga menurut pemasaran ¹⁴ sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga sering digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Dengan demikian, pada tingkat harga tertentu, apabila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat, maka nilainya akan meningkat. Demikian pula, pada tingkat harga tertentu, nilai suatu barang atau jasa akan meningkat seiring dengan meningkatnya manfaat yang dirasakan. (Nurjanah, 2023)

² 2.1.2 Tujuan Penetapan Harga

Menurut Tjiptono, terdapat tujuan penetapan harga, yaitu:

- 1) Tujuan Berorientasi pada Laba Setiap perusahaan selalu memilih harga

yang dapat menghasilkan keuntungan paling tinggi (maksimisasi laba).

- 2) Tujuan Berorientasi pada Volume Untuk tujuan ini, perusahaan menetapkan harga sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar.
- 3) Tujuan Berorientasi pada Citra Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra suatu perusahaan. Sementara itu, harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu, misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah di suatu wilayah tertentu.
- 4) Tujuan Stabilisasi Harga Tujuan stabilisasi harga dilakukan dengan cara menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri.
- 5) Tujuan-tujuan Lainnya Harga dapat juga ditetapkan dengan tujuan untuk mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas konsumen, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah. (Edriani, 2021)

2.1.5¹⁶ Indikator Harga Menu

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:

- 1) 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.

- 2) Kesesuaian harga menu dengan kualitas produk, yaitu penetapan harga yang dilakukan perusahaan yang disesuaikan dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.
- 3) 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

2.2.1 ³ Pengertian Minat Beli Konsumen

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. Minat yang muncul dalam melakukan pembelian memunculkan motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat yang pada akhirnya ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada didalam benaknya itu. Dengan begitu minat beli akan muncul saat dalam proses pengambilan keputusan. (Sari, 2020)

Menurut Kotler dan Keller minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Bila manfaat mengkonsumsi produk yang dirasakan lebih besar di banding pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya akan semakin tinggi, sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya akan beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis. (Hermanto & Cahyadi, 2015)

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen

8 Faktor – Faktor yang mempengaruhi minat beli pelanggan:

1. Pemasaran, sejauh mana pemasaran suatu perusahaan yang mewujudkan nilai bagi pelanggan dan membangun suatu pengaruh yang kuat dengan pelanggan dengan adanya tujuan untuk mengambil nilai dari pelanggan
2. Kualitas pelayanan, dengan adanya sesuatu bentuk aktivitas yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan, pelayan tersebut memberikan kualitas pelayanan yang layak untuk di harapkan contohnya seperti kecepatan, kemampuan, dan keramahan yang diperlihatkan dari sikap seorang pelayan.

3. Harga sering dilihat sebagai indikator kualitas bagi minat beli pelanggan dikarenakan harga merupakan salah satu pemasaran yang menghasilkan keuntungan dengan mudah. Harga pada suatu produk menggambarkan ukuran terhadap kecil besarnya nilai kepuasan oleh seseorang terhadap produk yang dibelinya. Misalnya seseorang lebih berani dalam membeli ulang produk tersebut jika ia melihat kesesuaian harga dengan kualitas produk (Nila Dawanty 2020).

2.2.3 Indikator Minat Beli ²¹Konsumen

Adapun indikator dari minat beli yaitu :

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seorang dalam membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seorang mereferensikan produk pada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu menunjukkan perilaku seseorang yang memiliki preferensial utama pada produk tersebut. Preferensi ini dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. 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 Kajian Empiris

Menurut Sugiyono (2014) Kajian Empiris adalah suatu metode pengamatan yang dilakukan oleh indera manusia, sehingga metode yang digunakan itu juga dapat atau bisa diketahui serta juga diamati oleh orang lain. Kajian empiris merupakan salah satu hasil penelitian yang terdahulu atau yang sudah pernah ada sebelumnya yang mengutarakan dan menyatakan beberapa konsep atau data-data yang relevan dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kajian empiris memiliki tujuan agar peneliti dapat menambah wawasan, pemahaman dan meneliti hasil titik focus yang bersangkutan atau berkaitan dengan judul maupun topik yang diangkat oleh peneliti saat ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

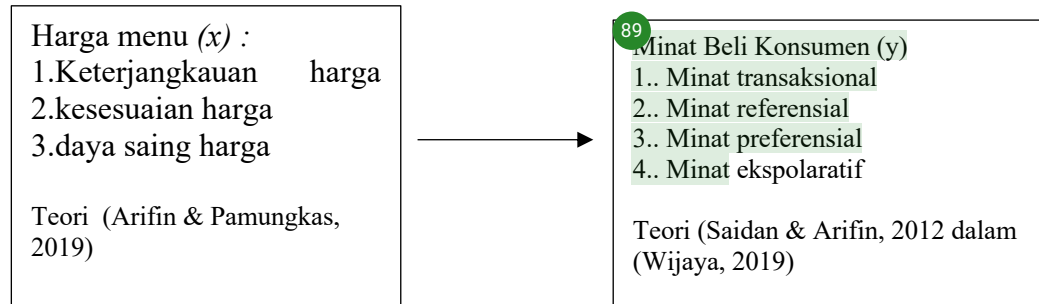
No	Penulis	Judul	Hasil	Fokus penelitian
1	Vina Angeli Taslim, 2021	Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Palembang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji parsial (uji-t) variabel harga (x1), variabel promosi (x2), variabel kualitas produk (x3), dan variabel lokasi (x4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.	Harga, promosi, kualitas produk, lokasi dan minat beli konsumen
2	Yohana, 2019	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang	Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli, Kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli, Harga memiliki pengaruh terhadap minat beli	Kualitas produk, harga, kualitas layanan dan minat beli
3	Djihan Ayu Wulandari, 2021	Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari harga terhadap minat beli dan secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari kualitas produk	Harga, kualitas produk dan minat beli

		(Umkh Tahu Di Desa Sambong)	terhadap minat beli. Hasil koefisien determinasi yang ditunjukkan pada hasil R square sebesar 0,113 atau 11,3%. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap minat beli adalah sebesar 14,6%. Sedangkan sisanya sebesar 85,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.	
4	Rizqy Tsaniya, 2022	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt	Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. (2) Kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. (3) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt.	Kualitas produk, harga dan minat beli konsumen
5	Ayu Natasya Sheril Aidah, 2020	Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Goreng Cumi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian nasi goreng cumi.	Persepsi harga, kualitas produk dan keputusan pembelian

2.4 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir memiliki tujuan untuk meberikan gambaran pokok permasalahan penelitian secara jelas dan menyuluruh. Sugiyono (2017). Dari definisi diatas dapat dikatakan bahwa kerangka berpikir ialah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir
Sumber : Diolah oleh Peneliti

2.5 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:

1. H_a : Ada Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam
2. H_0 : Tidak Ada Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam.

METODOLOGI PENELITIAN

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 (x) Harga, (y) Minat Beli Konsumen.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono adalah¹ wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti guna dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya untuk dijadikan sebagai sumber data dalam suatu penelitian. (Sugiyono, 2018). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata pelanggan yang membeli nasi goreng kampoengan selama 3 bulan terakhir. Berikut data pelanggan dalam 3 bulan.

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.

3.2.2 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).

3.2.2.1 Metode Sampel

Metode Sampel merupakan cara pengumpulan data yang hanya mengambil Sebagian elemen populasi. Penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin dengan taraf signifikan $e=0,05$ (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

5 N = Ukuran populasi

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

Dalam rumus Slovin, terdapat ketentuan sebagai berikut:

Nilai $e = 0,05$ (5%) untuk populasi dalam jumlah besar. 5 Maka untuk mengetahui sampel penelitian, peneliti melakukan perhitungan berdasarkan data yang sudah didapatkan menggunakan rumus slovin yang di jabarkan sebagai berikut:

Gambar 3.1 Sampel

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \longrightarrow n = \frac{666,667}{1 + (666,667 * 0,05^2)} \\ n &= \frac{666,667}{1 + 666,667 * 0,0025} \\ n &= \frac{666,667}{1 + (1,667)} \\ n &= \frac{666,667}{2,667} \\ n &= 249,968 \end{aligned}$$

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 250

1 3.3 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:

3.3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel 3.2 Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Ukur
1	Harga menu (X)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga 3. Daya saing harga	Likert
2	Minat Beli (Y)	1) Minat transaksional 2) Minat referensial 3) Minat oreferensial 4) Minat Eksploratif	Likert

Sumber: Data olahan peneliti, 2023

3.3.2 Skala Pengukuran Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala dalam alat ukur ini akan menggunakan empat alternatif jawaban (reaksi) karena untuk menghindari responden menjawab pertanyaan yang netral. Setiap jawaban akan diberi skor tergantung dengan pernyataan. (Korry, 2017).

Tabel 3.3 Skala Likert

Skala Likert	Keterangan	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: olah data peneliti, 2023

3.3.3 Jenis Data

Ada dua macam jenis data pada umumnya yaitu data kuantitatif dan data kualitatif yang akan dijelaskan di bawah ini, penulis lebih memfokuskan pada data kuantitatif dalam melakukan analisis ini.

1. Data Primer

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian. Dalam penelitian ini diambil berdasarkan hasil pengumpulan data melalui angket yang dibagikan kepada responden secara langsung, serta melalui observasi langsung terhadap objek. Data primer dalam penelitian ini adalah harga menu (x) dan minat beli konsumen (y) yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pembeli Nasi Goreng Kampoengan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan. Data sekunder merupakan data pendukung suatu penelitian. Dalam penelitian ini didapatkan dengan berdasarkan acuan materi atau literatur dan review terhadap dokumen, buku, bahan bacaan, laporan, foto-foto dokumentasi, sejarah perusahaan, struktur organisasi.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian. Tujuan dari penggunaan teknik pengumpulan data ini adalah untuk mendapatkan data yang tepat. Menurut Sugiyono, terdapat tiga teknik pengumpulan data, yaitu: wawancara, kuesioner/angket, observasi. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah berupa angket. (Sugiyono, 2017)

3.4.1 Kuisisioner

Angket atau kuesioner merupakan instrumen penelitian yang berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden. Kuesioner 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, 2017). Angket atau kuesioner dapat disebut sebagai wawancara tertulis karena isi kuesioner merupakan satu rangkaian pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden dan diisi sendiri oleh responden.

3.4.2 Observasi

Selain wawancara, observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang sangat lazim dalam metode penelitian kualitatif. Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian. Jenis observasi adalah :

1. Observasi partisipasi adalah (*participant observation*) adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk

menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan di mana peneliti terlibat dalam keseharian informan.

2. Observasi tidak terstruktur ialah pengamatan yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman observasi, sehingga peneliti mengembangkan pengamatannya berdasarkan perkembangan yang terjadi di lapangan.

3.4.3 Wawancara

³⁸Seorang peneliti melakukan wawancara berdasarkan sejumlah pertanyaan umum yang kemudian dikembangkan dan didetailkan ketika melakukan wawancara atau setelah melakukan wawancara untuk melakukan wawancara berikutnya. ³⁸Wawancara adalah suatu interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran atau sharing aturan, tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif, dan informasi. Ada dua jenis wawancara yang dapat dilakukan yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur.

¹⁵Wawancara terstruktur digunakan apabila peneliti sudah mengetahui dengan jelas informasi atau data apa yang didapat, sehingga peneliti terlebih dahulu menyiapkan pertanyaan dan alternatif jawabannya juga telah disiapkan. Dalam wawancara ini tiap responden mendapat pertanyaan yang sama. Sedangkan wawancara tidak terstruktur merupakan kebalikan dari wawancara terstruktur dimana wawancara ini dilakukan bebas tidak ada pedoman wawancara yang tersusun sistematis dalam pengumpulan

datanya, karena yang digunakan hanya garis besar dari permasalahan yang ingin ditanyakan. Wawancara hanya dilakukan pada pihak yang mewakili tingkatan suatu objek. Pada wawancara ini peneliti belum tahu pasti data apa yang akan didapat, sehingga peneliti harus fokus mendengar jawaban dari informan.

3.4.4¹ 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. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi atau wawancara akan lebih dapat dipercaya atau mempunyai kredibilitas yang tinggi jika didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik yang sudah ada. Tetapi tidak semua dokumen memilih tingkat kredibilitas yang tinggi. Sebagai contoh banyak foto yang tidak mencerminkan keadaan aslinya, karena foto bisa saja dibuat untuk kepentingan tertentu. (Iii & Penelitian, 2017)

3.5 Teknis Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Pada penelitian ini analisis data menggunakan analisis deskriptif dilakukan sebagai berikut:

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan

atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3.5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian validitas suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh instrumen pengukuran yang digunakan. Untuk mengatasi hal tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji keandalan (*test of reliability*), untuk menguji kesungguhan jawaban dari responden. Kedua macam pengujian tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. ¹⁸ Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Sebuah instrumen atau kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen atau kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk menguji validitas ¹ menggunakan analisis korelasi *Product Moment Coefficient of Correlation* (*Pearson*) yang perhitungannya menggunakan bantuan SPSS versi 25 *for windows*.

¹² Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila ada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh

kuesioner tersebut. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir. Sebelum digunakan sebagai alat mengumpulkan data harus diuji cobakan terlebih dahulu. Uji coba tersebut dilakukan terhadap responden diluar sampel. Instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasi antar butir lebih besar dari 0,30 dengan tingkat kesalahan α 0,05. Untuk membantu proses pengolahan data untuk uji validitas dilakukan dengan program ⁴⁷ Statistical Product and Service Solution (SPSS) for Windows.

Kriteria pengujian dapat diuraikan sebagai berikut.

- a) Item instrumen dikatakan valid apabila $p\text{-value } \alpha$ 0,05.
- b) Item instrumen dikatakan tidak valid apabila $p\text{-value} > \alpha$ 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ³⁵ merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk ke pengujian reliabilitas adalah item pertanyaan yang sudah dikatakan valid. Metode yang digunakan untuk menunjukkan apakah alat ukur reliabel atau tidak dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak dengan menggunakan batasan 0,6. ⁷² Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka dikatakan instrumen penelitian reliabel, sebaliknya jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,6$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

3.5.3¹ Uji Asumsi Klasik

Uji penyimpangan asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui beberapa penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Hal ini agar model regresi bersifat BLUE (*Best, Linear, Unbiased, Estimated*). Asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini yaitu: Uji Normalitas dan Heteroskedastisitas yang secara rinci. (Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, 2016) Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Validitas suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh instrumen pengukuran yang digunakan. Jika data miring ke kanan atau ke kiri, berarti data tidak berdistribusi normal. Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah: Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model

regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji kolmogorov smirnov test. Uji dilakukan untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak.

Jika nilai Asymp sig > 0,5 Maka data Berdistribusi normal.

Jika nilai Asymp sig < 0,5 Maka data tiak normal

2. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (Setyawati & Soedarmadi, 2021) model regresi yang baik merupakan model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi kesamaan variance dari residu satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji park. Park mengemukakan metode bahwa variance (S^2) merupakan fungsi dari variabel-variabel independen. Hasil keputusan dengan uji park yaitu:

- a) Jika koefisien parameter beta dari persamaan regresi tersebut signifikan (0,05) maka hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b) Jika koefisien parameter beta dari persamaan regresi tersebut tidak signifikan ($>0,05$) maka hal ini dapat

disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas

3.3.4 Analisis Regresi Sederhana

Analisis Regresi sederhana adalah pola hubungan antara satu variabel bebas X dengan hanya satu buah variabel tak bebas Y.

Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut :

1. 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

2. Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen (Setyawati & Soedarmadi, 2021).

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen atau tidak. Dalam penelitian ini, hipotesis yang digunakan adalah:

- H_0 : variabel-variabel bebas yaitu harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu minat beli konsumen
- H_a : variabel-variabel yaitu harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu minat beli konsumen

Selain itu juga bias dengan menggunakan uji signifikansi. Dalam pengujian hipotesis ini digunakan tingkat signifikan sebesar 0,05.

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka ini berarti ada alasan untuk menerima hipotesis satu (H_1) dan menolak hipotesis nol (H_0)

- Jika nilai signifikansi $>0,05$, maka ini berarti ada alasan yang kuat untuk menolak hipotesis satu (H_1) dan menerima hipotesis nol (H_0)

24 3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.6.1 Lokasi

Lokasi penelitian ini berlokasi di Bengkong Polisi, Batam.

3.6.2 1 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

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Nasi Goreng Kampoengan

Nasi goreng Kampoengan merupakan salah satu UMKM Kota Batam yang berdiri sejak tahun 2021, saat ini sudah memiliki 6 cabang diantaranya cabang seraya, cabang Nagoya, cabang simpang kara, cabang pasir putih, cabang bengkong kolam, cabang bengkong sadai dan cabang bengkong polisi . Nasi Goreng Kampoengan memiliki ciri khas rasa nasi goreng yang berbeda dan memiliki 3 rasa seperti nasi goreng yogya, nasi goreng padang dan nasi goreng kampung. Harga Nasi Goreng Kampoengan berkisar 15.000 sampai yang termahal 22.000 dengan berbagai topping yang berbeda.

2. Gambaran Karakteristik Responden

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

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

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%

7 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 umum menjelaskan bahwa konsumen yang membeli Nasi Goreng Kampoengan 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 Kampoengan Bengkong Polisi adalah berjenis kelamin laki-laki.

1. Gambaran Variabel Harga Menu

Tabel 4.2 Hasil Penelitian Variabel Harga Menu Indikator

Keterjangkauan Harga

No	Indikator	29 Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1	Keterjangkauan Harga	23	9,2%	136	54,4%	89	35,6%	2	0,8%	0	0%

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%.

Tabel 4.3 Hasil Penelitian Variabel Harga Menu Indikator

Kesesuaian Harga

No	Indikator	88 Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
2	Kesesuaian Harga	134	53,6%	104	41,6%	12	4,8%	0	0%	0	0%

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2023

Hasil dari penelitian menurut variabel harga menu ditemukan bahwa indikator tertinggi dalam variabel harga menu yaitu indikator kesesuaian harga dengan hasil pernyataan responden sangat setuju dengan jumlah 134 (53,6%)

Tabel 4.4 Hasil Penelitian Variabel Harga Menu Indikator Daya

Saing Harga

No	Indikator	29 Sangat Setuju		Setuju		Kurang Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
3	Daya saing Harga	8	3,2%	141	56,4%	89	35,6%	12	4,8%	0	0%

Sumber : Data primer diolah peneliti, 2023

Hasil dari penelitian menurut variabel harga menu ditemukan bahwa indikator tertinggi dalam variabel harga menu yaitu indikator daya saing harga dengan kategori setuju sebanyak 141 (56,4%)

2. Gambaran Variabel Minat Beli Konsumen

Tabel 4.5 Hasil Penelitian Variabel Minat Beli Konsumen

No	Indikator	29 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. Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat keaslian instrumen masing-masing variabel. Untuk menguji validitas menggunakan analisis korelasi *Product Moment Coefficient of Correlation (Pearson)* yang perhitungannya menggunakan bantuan SPSS versi 25 for windows.

Berikut hasil output yang diperoleh dari uji validitas:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode	r-hitung	r-tabel	Keterangan
		(Sig. 2 (tailed))		
Harga Menu (X)	X1.1	0,566	0,162	Valid
	X2.1	0,489	0,162	Valid
	X3.1	0,599	0,162	Valid
	Y1	0,260	0,162	Valid

Mina Beli Konsumen (Y)	Y2	0,450	0,162	Valid
	Y.3	0,274	0,162	Valid
	Y4	0,267	0,162	Valid
	Y5	0,337	0,162	Valid
	Y6	0,480	0,162	Valid
	Y7	0,318	0,162	Valid
	Y8	0,369	0,162	Valid

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2023

Dari hasil data pengujian di atas, nilai responden dalam uji kuesioner ini sebanyak $n=250$ dan nilai $r_{tabel} = 0,162$. Dari hasil perhitungan validitas pengembangan karir dan motivasi kerja pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa terdapat variabel 11 item valid dengan rentang nilai validitas berkisar 0,260-0,599 dengan signifikansi 1%.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk ke pengujian reliabilitas adalah item pertanyaan yang sudah dikatakan valid. Metode yang digunakan untuk menunjukkan apakah alat ukur reliabel atau tidak dengan menggunakan nilai *cronbach alpha*. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak dengan menggunakan batasan 0,6. Jika nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka dikatakan instrumen penelitian reliabel, sebaliknya jika nilai *cronbach alpha* < 0,60 maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Harga Menu	0,636
Minat beli konsumen	0,653

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2023

Dari tabel 4.7 di atas, dapat dilihat *Cronbach's Alpha* untuk variabel X ($0,725 > 0,60$) dan Y ($0,779 > 0,60$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan pengukur variable pada kuesioner adalah reliabel.

c. ¹ Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi peganggu atau residual memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (2013), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dengan program SPSS versi 25 for windows. Jika nilai signifikansinya $> 0,05$ maka data tersebut diasumsikan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dinyatakan sebagai berikut :

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	⁵² 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.

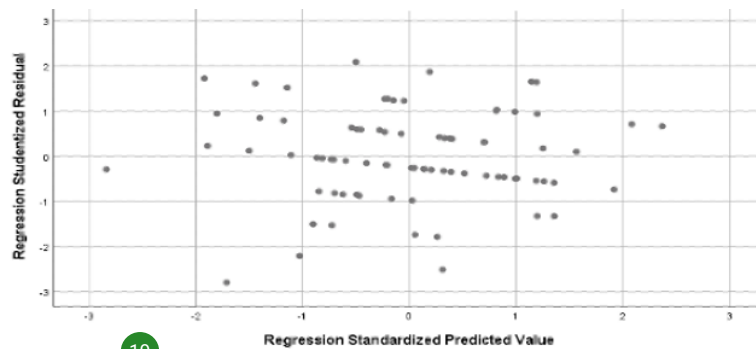
c. Lilliefors Significance Correction.

¹ Berdasarkan tabel hasil uji normalitas di atas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, menunjukkan bahwa residual data yang peneliti ambil telah berdistribusi secara normal dikarenakan nilai *asymp. sig (2-tailed)* > *level of significant* ($\alpha = 0,05$) atau **0.125 > 0,05**. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data variabel pengembangan karir (X), motivasi kerja (Y) berdistribusi secara normal.

2) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui ¹⁷ apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama, maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot*. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut: jika ada pola tertentu seperti titik-titik (poin-poin) yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur, yaitu bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak

terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data diolah peneliti, 2023

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang dihasilkan menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Hasil uji ini menunjukkan bahwa penelitian ini terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.8 Hasil SPSS Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	32,052	1,201		0,498
	SKOR HARGA MENU	0,051	0,102	0,032	6,678

a. Dependent Variable: SKOR MINAT BELI KONSUMEN

¹ Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa analisis regresi linier sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara

variabel harga menu dengan minat beli konsumen. Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil nilai koefisien yang terdapat pada kolom *Unstandardized Coefficients* B. Pada kolom konstanta terdapat nilai motivasi kerja sebesar 0,051. Dikarenakan koefisien regresi bernilai positif (+), maka dapat disimpulkan bahwa harga menu (X) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (Y) dan dapat dirumuskan model dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

$$Y = 32,052 + 0,051X$$

Dengan keterangan sebagai berikut :

- a. $\alpha = 32,052$ artinya jika menu harga (X) bernilai nol (0) maka, minat beli konsumen (Y) akan bernilai 32,052.
- b. $\beta = 0,051$ artinya jika harga menu (X) meningkat sebesar satu satuan maka, minat beli konsumen (Y) akan meningkat sebesar 0,051.

2. Uji Hipotesis

Pengujian adanya pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) memerlukan pengujian hipotesis atau pengujian signifikansi. Uji hipotesis akan membawa pada kesimpulan untuk menerima atau menolak hipotesis. Pengujian hipotesis berfungsi untuk melakukan generalisasi pada keadaan populasi penelitian. Pengujian hipotesis berkenaan dengan penggunaan ukuran-ukuran statistik untuk menilai parameter populasinya. Uji hipotesis yang

digunakan dalam penelitian ini adalah uji hipotesis parsial atau uji T.

a. Uji T

⁵ Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menggunakan rumus uji t. Pengujian hipotesis dengan uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, ⁷ kriteria pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 4.9 Hasil Uji T

Model	T	Sig
Motivasi kerja	6,678	.000

Sumber: Data Diolah Peneliti Dengan SPSS 25, 2023

⁵¹ Dari hasil pengolahan SPSS di atas didapat nilai thitung sebesar 6,678. Dengan $\alpha (\alpha) = 0,10$ dan derajat kebebasan ttabel dengan menggunakan *degree of freedom*:

$$df = n - 2 \text{ (dimana } n = \text{jumlah sampel)}$$

$$= 250 - 2$$

$$= 248$$

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.

3. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien merupakan alat untuk mengukur tingkat kecocokan atau kesempurnaan model regresi (Riana, 2012). Menurut Priyatno (2013), angka akan diubah ke bentuk persen yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi memiliki nilai antara 0 sampai dengan 1.

Tabel 4.10 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
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. Sisanya dipengaruhi oleh factor lain. Hasil ini sejalan dengan Nilai t_{hitung} harga sebesar 2.454 dengan tingkat signifikan sebesar ,020. Sementara nilai t_{tabel} pada alfa 0,05 dengan degree of freedom (df) $n-k-1$ $35-2-1$ = 32 sebesar 1.694. Bahwa harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) di UD. Rendah Hati Telukdalam.

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)

Hasil penelitian ini berkaitan dengan variabel harga menu adalah terdapat 3 indikator harga menu yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga, dan daya saing harga. Diperoleh hasil terbanyak pada indikator daya saing harga dengan kategori setuju sebanyak 141 (56,4%). Harga nasi goreng kampoengan di harga termurah 15.000 dan harga tertinggi 22.000 dengan bisa request berbagai topping. Hasil observasi yang telah dilakukan peneliti harga pesaing nasi goreng diarea Bengkong Batam memiliki range harga 15.000-20.000an dengan harga yang ditawarkan Nasi Goreng Kampoengan mampu bersaing dengan nasi goreng lain dengan menyajikan cita rasa yang berbeda dan berbagai topping (bakso, ayam, sosis dll). Hal ini yang melandasi owner untuk mempertahankan kunjungan konsumen dengan cara mematok harga berkompetitif dengan pesaing sehingga makanan dan minuman Nasi Goreng Kampoengan memiliki kualitas yang sesuai dengan harga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan jurnal (Nurjannah, 2023) yang menjelaskan ²⁰ menu yang ditawarkan pada Nasi Goreng Kampoengan memiliki kesamaan di tempat-tempat yang lain dengan harga yang tergolong sama. Berdasarkan hasil tersebut maka Nasi Goreng

Kampoengan dalam melakukan penetapan harga harus memutuskan dimana perusahaan akan memposisikan produknya berdasarkan kualitas dan harga. Jika penawaran perusahaan mengandung fitur-fitur yang ditawarkan oleh pesaing terdekat, perusahaan harus mengevaluasi nilai mereka bagi pelanggan dan menambahkan nilai itu ke harga pesaing. Jika penawaran pesaing mengandung beberapa fitur yang tidak ditawarkan oleh perusahaan, perusahaan harus mengurangi nilai mereka dari harga perusahaan.

Selanjutnya hasil variabel minat beli konsumen dengan 4 indikator yaitu indikator minat transaksional dengan hasil lebih banyak responden yang 'sangat setuju' dengan frekuensi 164 (65,6%). Rasa suka dalam membeli produk, mempertimbangkan merek dalam melakukan keputusan pembelian, tertarik dalam membeli suatu produk.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

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.

5.2 Saran

Saran yang bisa disampaikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi Nasi Goreng Kampoengan

Peningkatan pelayanan pegawai, 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.

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>

53 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>

57 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>

9 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>

2 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>

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>

Modjo, L., & Anugrah, K. (2020). *Perkembangan kedai kopi & mocktail menjadi peluang usaha untuk kalangan muda di kota gorontalo*. 1(2), 51–57.

49 Nurjanah. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Bakso Pintong Mojolaban* (Issue July).

76 Oktaviani, Y. (2015). Pengaruh Pola Asuh Single Parent Terhadap Perilaku Seks

- Pranikah Remaja Universitas Pendidikan Indonesia. *Jurnal Sosiologi*, 55–81.
- 33 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>
- 48 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>
- 54 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>
- 65 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.
- 41 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>
- 56 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.

KUESIONER PENELITIAN

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

Yth. Bapak/ibu/sdr,

Perkenalkan nama saya Chairul Fikri, Mahasiswa Politeknik Pariwisata Batam jurusan Manajemen Kuliner. Mohon waktunya untuk mengisi kuesioner terlampir untuk keperluan Proyek Akhir saya yang berjudul "Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Nasi Goreng Kampoengan Cabang Bengkong Polisi Batam". Bapak/ibu/sdr cukup memilih jawaban dengan memberikan (V) ceklis ke jawaban yang menurut anda sesuai dengan anda. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah ⁶³Skala Likert dengan rentang nilai 1 sampai 5.

5 : Sangat Setuju (SS)

4 : Setuju (S)

3 : Kurang Setuju (KS)

2 : Tidak Setuju (TS)

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Jawaban anda dijamin kerahasiannya, data hanya untuk kepentingan akademik.

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

1. Variabel Harga Menu (x)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga nasi goreng yang saya beli di Nasi goreng kampoengan terjangkau					
2	Harga nasi goreng yang saya beli di nasi goreng kampoengan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					

3	Harga nasi goreng yang saya beli di nasi goreng kampoengan lebih terjangkau dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing					
---	--	--	--	--	--	--

2. Variabel Minat Beli Konsumen (y)

MINAT BELI KONSUMEN						
No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
MINAT TRANSAKSIONAL						
1	Saya berniat untuk membeli kembali nasi goreng Kampoengan					
2	Saya tertarik dengan nasi goreng Kampoengan karena menu beragam					
	MINAT REFERENSIAL					
3	Saya tertarik membicarakan nasi goreng Kampoengan pada orang lain.					
4	Saya bersedia merekomendasikan nasi goreng Kampoengan kepada orang lain.					
	MINAT PREFERENSIAL					
5	saya tertarik membeli nasi goreng Kampoengan terus-menerus.					
6	nasi goreng Kampoengan memiliki ciri khas rasa yang berbeda dar nasi goreng lain					
	MINAT EKSPLORASI					
7	Saya mencari informasi tentang nasi goreng Kampoengan					
8	Saya membandingkan nasi goreng Kampoengan dengan nasi goreng lainnya					

Lampiran Output

Master Data

DATA RESPONDEN			HARGA MENU (X)				MINAT BELI KONSUMEN (Y)								
No	JK	Usia	X1	X2	X3	TOTAL	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL
1	2	2	3	4	4	11	4	4	4	4	3	5	4	4	32
2	2	2	3	4	4	11	5	4	4	4	4	5	4	4	34
3	1	2	4	4	3	11	4	4	4	4	3	4	4	5	32
4	2	1	3	4	4	11	5	4	4	4	2	4	4	4	31
5	1	2	3	4	3	10	5	4	4	4	3	5	4	5	34
6	1	2	3	4	3	10	5	4	5	4	2	4	3	4	31
7	1	2	3	4	3	10	5	4	4	4	3	4	3	4	31
8	2	1	3	5	5	13	5	4	4	4	4	5	4	5	35
9	1	2	4	4	4	12	4	3	4	4	5	4	3	5	32
10	1	2	3	5	3	11	5	4	4	4	4	4	4	4	33
11	1	2	4	4	4	12	4	4	3	4	5	5	4	5	34
12	1	2	4	5	3	12	5	4	4	5	2	4	3	4	31
13	1	1	4	4	4	12	4	4	3	4	4	5	4	5	33
14	2	2	4	4	5	13	5	4	4	4	4	4	3	4	32
15	2	2	3	5	3	11	4	4	4	4	4	5	4	4	33
16	2	1	4	4	4	12	5	4	4	4	2	4	3	5	31
17	2	2	3	4	3	10	4	4	4	5	3	5	4	5	34
18	1	2	4	5	3	12	5	3	4	4	4	4	4	4	32

19	2	1	2	4	4	10	4	4	5	4	2	5	3	5	32
20	1	1	3	5	3	11	4	3	4	4	4	4	4	4	31
21	2	1	4	4	3	11	5	3	4	5	4	5	3	4	33
22	1	2	3	5	4	12	4	4	4	4	3	4	3	4	30
23	2	3	5	4	3	12	4	4	3	5	4	5	4	4	33
24	1	3	3	5	4	12	5	4	3	4	3	4	3	4	30
25	2	3	4	4	3	11	4	4	4	4	2	4	3	5	30
26	2	3	3	5	4	12	5	4	3	4	2	4	3	5	30
27	2	3	5	4	3	12	4	3	5	4	2	5	3	5	31
28	2	3	3	5	5	13	4	4	3	5	3	4	3	5	31
29	1	3	4	4	3	11	4	4	4	4	2	5	3	5	31
30	2	1	3	5	4	12	5	4	3	4	3	4	4	5	32
31	2	2	4	4	3	11	4	4	5	4	3	4	4	4	32
32	2	1	4	4	4	12	5	4	3	4	4	5	3	5	33
33	1	2	5	3	3	11	4	3	4	4	3	4	4	4	30
34	2	3	4	4	5	13	5	4	3	4	4	4	4	5	33
35	1	1	3	5	4	12	4	4	4	5	5	5	3	4	34
36	1	2	4	5	3	12	5	4	4	4	4	4	3	5	33
37	2	1	3	4	4	11	4	4	3	4	5	5	2	4	31
38	2	2	4	5	3	12	5	4	4	4	5	4	3	5	34
39	1	3	4	4	4	12	5	4	3	4	4	4	2	4	30
40	1	2	3	5	3	11	5	3	4	4	4	4	5	5	34
41	1	1	3	4	4	11	4	4	3	5	4	4	5	4	33
42	1	2	3	5	4	12	5	5	4	4	4	4	3	5	34

43	2	3	4	4	4	12	4	3	5	4	4	4	3	4	31
44	1	2	4	5	3	12	5	5	4	4	4	5	4	4	35
45	2	1	2	4	4	10	4	5	4	4	4	4	3	4	32
46	1	1	4	3	3	10	5	3	3	4	3	4	3	4	29
47	2	2	3	4	4	11	4	3	5	4	3	4	3	5	31
48	2	2	4	5	3	12	5	4	4	5	3	5	4	4	34
49	2	1	3	4	4	11	4	3	3	4	3	5	3	5	30
50	2	1	5	5	4	14	5	3	4	4	2	5	4	5	32
51	2	1	4	5	4	13	5	3	3	5	3	5	5	5	34
52	2	1	3	5	3	11	5	3	4	4	3	5	4	5	33
53	1	2	3	5	4	12	5	3	3	5	4	5	4	5	34
54	1	1	4	5	3	12	5	4	5	5	4	4	3	5	35
55	1	1	3	4	4	11	5	5	4	4	3	5	3	5	34
56	1	1	4	4	3	11	5	4	4	5	4	4	3	4	33
57	2	2	3	4	5	12	5	4	4	4	3	5	3	4	32
58	1	2	4	5	4	13	4	4	3	5	2	4	3	5	30
59	2	2	3	5	3	11	5	4	3	5	3	5	3	4	32
60	1	2	4	4	4	12	5	4	4	5	3	4	4	5	34
61	2	2	4	5	3	12	4	4	4	5	3	5	3	4	32
62	2	3	3	5	4	12	5	3	4	5	4	4	2	5	32
63	1	3	4	4	3	11	4	3	5	4	3	4	3	4	30
64	2	3	3	4	4	11	4	4	4	4	3	5	3	4	31
65	1	3	4	5	3	12	5	5	5	5	3	4	2	4	33
66	2	3	3	4	2	9	5	4	4	5	3	5	3	4	33

67	1	2	3	5	3	11	5	5	5	4	3	4	3	4	33
68	2	2	4	4	4	12	5	4	4	5	4	5	3	4	34
69	2	2	3	5	3	11	5	5	5	5	4	4	3	5	36
70	2	2	4	4	2	10	4	4	5	5	3	5	2	4	32
71	2	2	3	5	3	11	4	4	3	5	4	5	3	4	32
72	1	2	4	4	2	10	5	4	3	5	3	5	5	5	35
73	1	2	3	5	4	12	5	4	4	5	3	5	2	4	32
74	1	2	4	4	3	11	5	4	4	4	4	5	2	5	33
75	1	2	3	5	2	10	4	4	3	5	3	5	5	4	33
76	1	1	4	4	3	11	5	4	3	4	2	4	2	4	28
77	2	2	4	5	2	11	4	4	4	4	3	5	3	4	31
78	1	2	3	4	2	9	5	3	4	5	3	5	4	5	34
79	2	1	4	5	3	12	4	3	5	5	3	4	4	5	33
80	2	2	3	4	3	10	5	4	4	4	4	4	4	5	34
81	2	1	4	4	3	11	5	5	3	5	4	5	4	4	35
82	1	1	3	5	2	10	5	4	4	4	4	5	4	5	35
83	1	2	4	5	3	12	5	5	5	5	4	5	4	4	37
84	1	1	4	5	2	11	5	4	3	4	4	4	4	5	33
85	1	2	4	4	3	11	5	5	4	5	3	5	4	4	35
86	1	1	3	5	2	10	5	4	4	4	3	4	4	5	33
87	1	2	4	5	4	13	5	3	5	5	3	4	4	4	33
88	2	1	3	5	3	11	4	3	4	4	4	4	4	5	32
89	2	2	4	5	2	11	5	5	3	5	4	4	3	4	33
90	2	2	4	5	2	11	4	4	4	5	4	4	2	5	32

91	2	2	3	3	3	9	5	5	3	4	3	4	2	4	30
92	2	2	4	3	4	11	4	4	4	4	4	5	2	4	31
93	1	1	3	3	3	9	5	5	4	5	3	4	2	4	32
94	1	2	4	3	3	10	5	4	3	5	3	4	2	5	31
95	1	2	4	3	3	10	4	4	4	5	3	5	3	5	33
96	1	1	3	3	3	9	5	4	3	5	3	4	4	4	32
97	2	2	4	4	4	12	5	4	4	5	3	4	5	5	35
98	1	2	3	5	3	11	5	4	5	5	4	5	2	4	34
99	2	1	4	4	4	12	5	3	4	5	4	4	5	5	35
100	1	1	3	5	4	12	4	4	3	4	5	5	5	4	34
101	2	2	4	4	4	12	5	5	4	5	4	4	4	4	35
102	1	1	3	5	4	12	4	4	4	4	4	5	3	5	33
103	1	2	4	4	4	12	4	5	3	5	4	4	3	4	32
104	1	2	3	4	4	11	5	4	4	4	4	4	2	4	31
105	1	2	4	4	4	12	4	5	5	5	4	5	3	4	35
106	1	2	3	5	3	11	5	4	4	4	3	5	3	4	32
107	2	1	4	4	4	12	4	5	4	5	3	4	3	4	32
108	1	2	3	5	4	12	5	4	5	5	2	5	3	5	34
109	2	2	4	4	3	11	4	5	5	5	3	4	4	5	35
110	1	2	3	5	4	12	5	3	4	5	3	5	3	4	32
111	2	2	4	5	3	12	4	3	4	5	4	4	2	5	31
112	2	1	3	5	4	12	5	5	3	5	5	5	2	4	34
113	2	2	4	5	4	13	5	5	4	5	3	4	3	5	34
114	2	1	4	5	4	13	5	5	4	5	4	5	3	4	35

115	2	1	3	5	4	12	5	5	3	5	4	4	3	5	34
116	2	2	4	5	4	13	5	4	4	5	4	5	3	5	35
117	2	1	4	5	4	13	5	5	3	5	4	4	3	5	34
118	2	2	4	5	4	13	5	4	4	5	4	5	3	5	35
119	2	2	3	5	3	11	5	5	3	4	4	4	3	5	33
120	2	2	4	5	4	13	5	4	4	5	3	4	3	5	33
121	2	1	3	5	4	12	5	5	5	5	4	5	3	4	36
122	2	2	4	5	4	13	5	4	3	4	2	4	3	5	30
123	1	2	3	4	4	11	4	3	4	5	3	4	3	4	30
124	1	2	4	5	4	13	5	4	3	4	4	4	4	5	33
125	1	1	3	5	4	12	4	4	4	5	4	4	2	5	32
126	1	2	4	4	4	12	5	4	3	4	4	4	4	4	32
127	1	1	3	5	4	12	4	4	4	5	4	5	3	4	33
128	1	2	4	4	4	12	5	5	4	4	4	4	3	4	33
129	1	1	3	5	4	12	4	4	4	5	4	4	4	4	33
130	2	2	4	4	4	12	5	5	4	4	4	4	3	4	33
131	2	1	3	5	4	12	4	3	4	5	3	5	4	4	32
132	1	1	3	4	3	10	5	3	4	4	3	4	3	5	31
133	1	1	4	5	4	13	4	3	4	4	3	5	4	4	31
134	1	1	3	4	4	11	5	4	4	4	4	4	3	5	33
135	2	1	4	4	4	12	5	3	4	4	3	5	3	4	31
136	1	2	3	4	4	11	5	3	4	4	4	4	2	5	31
137	2	1	4	4	4	12	5	4	3	5	3	5	2	4	31
138	1	2	3	5	4	12	5	4	4	4	4	4	3	4	32

139	2	1	4	4	4	12	5	4	3	4	4	5	4	5	34
140	2	2	3	5	2	10	5	4	3	5	3	4	4	4	32
141	2	3	4	4	3	11	4	4	4	4	4	4	4	5	33
142	2	3	3	5	4	12	5	3	4	5	3	4	3	4	31
143	2	2	4	5	3	12	4	4	4	4	4	5	4	4	33
144	2	1	3	5	4	12	5	4	4	5	4	4	4	4	34
145	1	3	4	5	3	12	4	4	4	5	3	5	2	4	31
146	2	3	3	4	4	11	5	4	4	5	4	5	2	4	33
147	1	3	4	4	4	12	4	4	4	5	4	5	3	4	33
148	2	3	3	4	3	10	5	4	4	5	3	5	4	4	34
149	1	1	4	5	4	13	4	5	4	5	3	5	3	5	34
150	2	2	3	5	4	12	4	3	4	4	3	5	3	5	31
151	2	1	4	4	4	12	4	4	4	5	3	5	3	4	32
152	1	2	3	5	4	12	4	5	4	5	4	5	3	5	35
153	1	1	4	4	4	12	5	3	3	5	3	5	4	5	33
154	1	2	3	5	3	11	4	5	5	5	4	4	3	4	34
155	1	1	3	4	4	11	5	5	4	5	3	5	3	5	35
156	1	3	4	5	3	12	4	3	3	4	4	4	3	5	30
157	1	2	3	5	4	12	5	4	4	5	3	5	3	4	33
158	2	2	4	5	3	12	4	3	3	4	4	4	3	5	30
159	1	2	3	5	4	12	5	5	4	5	5	5	4	4	37
160	2	3	3	5	3	11	5	4	3	4	4	5	4	4	33
161	1	3	4	5	4	13	5	5	4	5	3	4	4	4	34
162	2	3	4	5	3	12	5	4	3	4	3	4	4	5	32

163	1	3	4	5	4	13	5	4	4	5	4	4	4	4	34
164	2	2	4	5	3	12	5	4	3	4	3	4	4	5	32
165	1	1	4	4	3	11	5	4	4	5	4	5	5	4	36
166	2	2	4	5	4	13	5	4	3	4	3	4	4	5	32
167	2	3	4	4	4	12	4	4	4	5	2	4	5	4	32
168	2	3	5	5	3	13	5	5	3	5	4	5	4	4	35
169	1	1	4	4	4	12	4	4	4	5	3	4	5	4	33
170	1	2	5	5	3	13	5	5	3	5	3	5	4	4	34
171	1	1	4	3	4	11	4	4	4	4	3	4	5	5	33
172	2	2	5	3	3	11	5	5	3	5	3	5	4	5	35
173	1	1	5	5	4	14	4	4	3	5	4	4	4	5	33
174	2	2	4	4	3	11	5	5	4	5	4	4	4	5	36
175	1	1	4	3	4	11	4	4	3	5	4	5	3	5	33
176	1	2	4	4	4	12	5	5	4	5	3	4	4	5	35
177	1	1	3	4	3	10	4	4	3	5	2	4	4	4	30
178	1	2	4	5	4	13	5	4	4	5	4	4	4	4	34
179	1	2	4	4	3	11	5	4	3	4	3	5	4	5	33
180	2	1	4	3	4	11	5	4	4	4	4	5	5	4	35
181	1	2	4	5	3	12	5	4	3	5	4	5	4	5	35
182	1	2	3	5	4	12	5	5	4	4	4	5	5	4	36
183	1	3	4	5	4	13	5	3	5	4	4	5	4	5	35
184	1	2	4	5	3	12	5	4	3	4	2	5	5	4	32
185	1	3	3	4	4	11	4	5	4	4	4	4	4	5	34
186	2	2	3	5	3	11	4	4	4	4	3	5	4	4	32

187	1	3	4	5	4	13	5	3	4	5	3	4	3	4	31
188	2	2	3	4	4	11	4	4	5	4	3	5	3	5	33
189	2	1	3	5	3	11	5	4	4	5	3	4	4	4	33
190	2	3	4	5	4	13	4	3	3	4	3	5	4	4	30
191	2	2	3	5	4	12	5	3	3	5	3	4	3	5	31
192	2	3	3	5	4	12	4	3	4	4	3	5	4	4	31
193	2	2	4	5	4	13	5	3	4	5	4	4	3	5	33
194	2	1	3	4	4	11	5	3	3	5	3	5	4	4	32
195	2	3	4	5	4	13	5	3	4	5	3	4	4	5	33
196	2	2	3	4	4	11	5	3	3	4	3	5	4	4	31
197	2	1	3	5	4	12	5	3	5	5	4	4	4	5	35
198	2	2	3	4	4	11	5	3	3	5	3	5	4	4	32
199	2	1	4	5	3	12	5	3	4	4	3	4	4	5	32
200	1	2	4	4	4	12	5	3	3	5	4	4	4	4	32
201	1	3	4	4	3	11	5	3	4	4	3	4	4	5	32
202	1	3	4	5	4	13	4	3	4	5	4	4	4	4	32
203	1	3	4	5	3	12	5	3	3	4	4	4	3	5	31
204	1	3	4	5	4	13	4	4	4	4	4	5	3	4	32
205	1	1	4	5	3	12	5	3	3	5	3	4	3	5	31
206	1	2	4	4	4	12	5	5	4	4	4	5	3	4	34
207	2	2	3	5	3	11	5	4	3	5	4	4	3	5	33
208	1	2	4	5	4	13	5	3	4	4	4	5	4	4	33
209	2	1	4	5	4	13	5	4	4	4	4	4	3	4	32
210	1	1	4	5	4	13	5	3	5	4	4	5	3	4	33

211	2	1	4	5	4	13	4	4	3	5	4	4	3	4	31
212	1	1	4	4	4	12	5	3	4	4	3	5	3	4	31
213	2	1	4	4	4	12	4	3	5	5	3	4	3	5	32
214	2	1	4	5	3	12	5	3	5	4	3	5	3	4	32
215	1	1	5	4	4	13	5	3	4	5	3	5	3	4	32
216	1	1	4	5	3	12	5	3	4	4	5	5	3	5	34
217	1	1	5	4	4	13	5	3	3	4	4	5	3	4	31
218	1	2	5	4	3	12	5	3	4	4	3	5	3	4	31
219	1	2	4	5	4	13	5	3	3	5	2	4	3	4	29
220	1	3	5	5	5	15	5	4	4	4	3	5	4	5	34
221	1	1	5	5	3	13	5	3	3	4	2	4	4	4	29
222	1	2	5	4	4	13	4	3	4	5	2	5	4	5	32
223	1	3	5	5	5	15	5	4	3	5	2	4	3	4	30
224	1	2	4	4	4	12	4	3	4	5	3	5	4	5	33
225	2	3	5	5	4	14	5	4	5	4	4	4	3	4	33
226	2	3	4	5	3	12	4	3	5	5	5	5	4	5	36
227	2	1	5	4	4	13	5	4	4	4	4	5	4	5	35
228	2	2	4	5	4	13	4	3	4	5	3	5	4	4	32
229	1	1	4	4	5	13	5	4	3	5	4	5	4	4	34
230	2	2	4	4	4	12	4	3	4	5	4	5	4	4	33
231	1	1	4	5	3	12	5	4	3	5	3	4	3	4	31
232	2	2	5	5	4	14	5	3	4	5	4	5	4	4	34
233	1	1	4	4	3	11	5	3	4	5	4	4	4	4	33
234	2	2	4	5	4	13	5	4	4	5	4	4	4	4	34

235	2	1	4	5	4	13	4	3	3	4	4	4	3	4	29
236	2	2	5	4	4	13	5	4	4	5	3	5	4	5	35
237	1	1	5	5	3	13	4	5	4	5	4	4	3	5	34
238	2	3	4	4	4	12	5	3	3	5	3	4	4	5	32
239	1	3	4	5	4	13	5	3	4	4	3	5	4	4	32
240	2	2	4	5	3	12	4	4	4	5	2	4	3	5	31
241	1	3	4	4	4	12	5	3	4	5	3	5	3	5	33
242	1	2	4	5	4	13	4	3	4	4	3	4	3	5	30
243	1	1	4	4	4	12	5	5	4	5	4	5	3	5	36
244	1	3	4	5	4	13	5	3	4	5	3	4	4	5	33
245	1	2	5	4	3	12	4	4	5	5	2	5	3	4	32
246	1	1	4	5	3	12	5	3	4	4	3	4	4	5	32
247	1	2	4	4	4	12	5	3	4	5	3	5	3	5	33
248	1	1	5	5	4	14	5	4	3	4	2	4	4	4	30
249	2	2	4	4	4	12	5	3	4	5	3	5	3	5	33
250	1	2	5	4	4	13	5	4	4	4	3	4	4	4	32

KET : KODE

JENIS KELAMIN

LAKI-LAKI 1

PEREMPUAN 2

USIA

20-30	1
-------	---

31-40	2
-------	---

> 40	3
------	---

JAWABAN

STS	1
-----	---

TS	2
----	---

KS	3
----	---

S	4
---	---

SS	5
----	---

Hasil Distribusi Frekuensi

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	131	52,4	52,4	52,4
	PEREMPUAN	119	47,6	47,6	100
	Total	250	100	100	

USIA RESPONDEN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30	85	34	34	34
	31-40	119	47,6	47,6	81,6
	41-60	46	18,4	18,4	100
	Total	250	100	100	

Keterjangkauan harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	0,8	0,8	0,8
	KS	89	35,6	35,6	36,4
	S	136	54,4	54,4	90,8
	SS	23	9,2	9,2	100
	Total	250	100	100	

kesesuaian harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	12	4,8	4,8	4,8
	S	104	41,6	41,6	46,4
	SS	134	53,6	53,6	100
	Total	250	100	100	

daya saing harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	12	4,8	4,8	4,8
	KS	89	35,6	35,6	40,4
	S	141	56,4	56,4	96,8
	SS	8	3,2	3,2	100
	Total	250	100	100	

Minat transaksional 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	86	34,4	34,4	34,4
	SS	164	65,6	65,6	100
	Total	250	100	100	

Minat transaksional 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	79	31,6	31,6	31,6
	S	128	51,2	51,2	82,8
	SS	43	17,2	17,2	100
	Total	250	100	100	

Minat referensial 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KS	75	30	30	30
	S	145	58	58	88
	SS	30	12	12	100
	Total	250	100	100	

Minat referensial 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	119	47,6	47,6	47,6
	SS	131	52,4	52,4	100
	Total	250	100	100	

Minat preferensial 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	24	9,6	9,6	9,6
	KS	108	43,2	43,2	52,8
	S	108	43,2	43,2	96
	SS	10	4	4	100
	Total	250	100	100	

Minat preferensial 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	130	52	52	52
	SS	120	48	48	100
	Total	250	100	100	

Minat ekspolaratif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	TS	22	8,8	8,8	8,8
	KS	111	44,4	44,4	53,2
	S	102	40,8	40,8	94
	SS	15	6	6	100
	Total	250	100	100	

Minat ekspolaratif 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	136	54,4	54,4	54,4
	SS	114	45,6	45,6	100
	Total	250	100	100	

Hasil Uji validitas Variabel Harga Menu

Correlations										SKOR MINAT BELI KONSUMEN
		Minat transaksional 1	Minat transaksional 2	Minat referensi 1	Minat referensi 2	Minat preferensial 1	Minat preferensial 2	Minat ekspolaratif 1	Minat ekspolaratif 2	
Minat transaksional 1	Pearson Correlation	1	0,069	-.142*	0,001	-0	-0,06	0,032	0	.260**
	Sig. (2-tailed)		0,276	0,025	0,986	0,97	0,323	0,609	0,95	0

	tailed)									
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Minat transaksional 2	Pearson Correlation	0,07	1	-0,01	.127*	.147*	-0,02	-0,11	-0,1	.450**
	Sig. (2-tailed)	0,28		0,827	0,044	0,02	0,751	0,099	0,11	0
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Minat referensi 1	Pearson Correlation	-.142*	-0,014	1	0,007	-0,02	0,046	-0,12	-0,03	.274**
	Sig. (2-tailed)	0,03	0,827		0,907	0,75	0,466	0,05	0,62	0
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Minat referensi 2	Pearson Correlation	0	.127*	0,007	1	-0,02	0,05	-0,03	-0,06	.337**
	Sig. (2-tailed)	0,99	0,044	0,907		0,79	0,431	0,651	0,34	0
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Minat preferensial 1	Pearson Correlation	-0	.147*	-0,02	0,017	1	0,057	-0,03	-0,03	.480**
	Sig. (2-tailed)	0,97	0,02	0,748	0,793		0,372	0,654	0,67	0
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Minat preferensial 2	Pearson Correlation	-0,1	-0,02	0,046	0,05	0,06	1	0,046	-0,12	.318**
	Sig. (2-tailed)	0,32	0,751	0,466	0,431	0,37		0,472	0,05	0
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Minat eksploitatif 1	Pearson Correlation	0,03	-0,105	-0,12	0,029	-0,03	0,046	1	0,03	.369**
	Sig. (2-tailed)	0,61	0,099	0,05	0,651	0,65	0,472		0,63	0
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250

Minat ekspol aratif 2	Pear son Corre lation	0	-0,101	-0,03	-0,06	-0,03	-0,12	0,031	1	.196**
	Sig. (2-tailed)	0,95	0,112	0,615	0,344	0,67	0,05	0,626		0,002
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
SKOR MINAT BELI KONS UMEN	Pear son Corre lation	.260**	.450**	.274**	.337**	.480**	.318**	.369**	.196**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250

31. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen

Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,636	4

25 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,653	8

Hasil 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.

Hasil uji regresi Sederhana

		Coefficients ^a		t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	32,052	1,201		0,498
	SKOR HARGA MENU	0,051	0,102	0,032	6,678

74. Dependent Variable: SKOR MINAT BELI KONSUMEN

Hasil Uji T

		Coefficients ^a		t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	32,052	1,201		0,498
	SKOR HARGA MENU	0,051	0,102	0,032	6,678

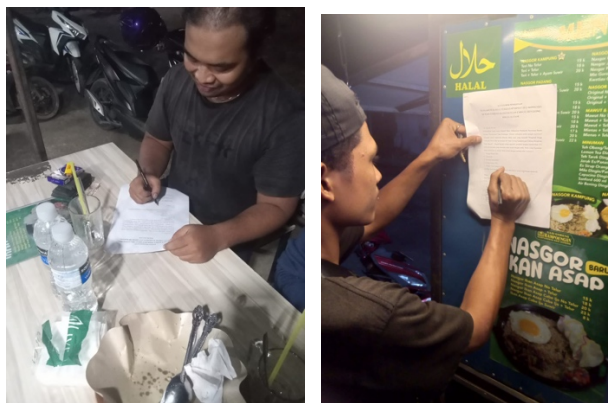
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
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

Lampiran Dokumentasi Responden



41% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 28% Internet database
- Crossref database
- 32% Submitted Works database
- 12% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	vitka on 2022-12-28	9%
	Submitted works	
2	etheses.uin-malang.ac.id	2%
	Internet	
3	Universitas Islam Lamongan on 2023-10-16	1%
	Submitted works	
4	jurnal.uniraya.ac.id	1%
	Internet	
5	Yayasan Vitka on 2022-11-22	<1%
	Submitted works	
6	123dok.com	<1%
	Internet	
7	Yayasan Vitka on 2022-11-29	<1%
	Submitted works	
8	vitka on 2023-04-12	<1%
	Submitted works	

9	jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id	Internet	<1%
10	vitka on 2023-01-13	Submitted works	<1%
11	dspace.uui.ac.id	Internet	<1%
12	repository.unbari.ac.id	Internet	<1%
13	Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang on 2023-07-30	Submitted works	<1%
14	core.ac.uk	Internet	<1%
15	vitka on 2022-09-14	Submitted works	<1%
16	repository.uinsu.ac.id	Internet	<1%
17	NAILIL FATCHIYAH. "PENGARUH KINERJA DOSEN TERHADAP MOTIV...	Crossref	<1%
18	eprints.walisongo.ac.id	Internet	<1%
19	positori.usu.ac.id	Internet	<1%
20	ejurnal.ung.ac.id	Internet	<1%

21	etheses.uinmataram.ac.id	<1%
	Internet	
22	Ni Kadek Jhiestany Nirmala Dewi. "Nasi goreng: food and wine pairing"...	<1%
	Crossref	
23	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	<1%
	Submitted works	
24	vitka on 2024-01-11	<1%
	Submitted works	
25	Universitas Nasional on 2022-01-30	<1%
	Submitted works	
26	vitka on 2022-04-05	<1%
	Submitted works	
27	vitka on 2024-01-11	<1%
	Submitted works	
28	vitka on 2022-12-27	<1%
	Submitted works	
29	khairilanwarsemsi.blogspot.com	<1%
	Internet	
30	eprints.uny.ac.id	<1%
	Internet	
31	skripsistie.files.wordpress.com	<1%
	Internet	
32	repository.ar-raniry.ac.id	<1%
	Internet	

33	jurnal.fkip.unmul.ac.id	Internet	<1%
34	repository.metrouniv.ac.id	Internet	<1%
35	Universitas Nasional on 2022-03-11	Submitted works	<1%
36	journal.uib.ac.id	Internet	<1%
37	vitka on 2022-12-20	Submitted works	<1%
38	repository.iainkudus.ac.id	Internet	<1%
39	Universitas Muria Kudus on 2018-09-12	Submitted works	<1%
40	ejournal.undiksha.ac.id	Internet	<1%
41	Nova Lorenzi, Lorina Siregar Sudjiman. "Pengaruh Kualitas Pelayanan ...	Crossref	<1%
42	ecampus.pelitabangsa.ac.id	Internet	<1%
43	eprints.poltektegal.ac.id	Internet	<1%
44	Limpad Luhung Anggakara. "Mendorong Kreativitas dan Keterampilan ...	Crossref	<1%

45	eprints.unisbank.ac.id	Internet	<1%
46	repository.unibos.ac.id	Internet	<1%
47	Universitas Pendidikan Ganesha on 2023-11-15	Submitted works	<1%
48	Universitas Wiraraja on 2024-01-11	Submitted works	<1%
49	eprints.iain-surakarta.ac.id	Internet	<1%
50	eprints.radenfatah.ac.id	Internet	<1%
51	elibrary.unikom.ac.id	Internet	<1%
52	Universitas Putera Batam on 2020-12-03	Submitted works	<1%
53	Adiguna Utama, Ika Rachmawati, Hindra Kurniawan. "BLUE OCEAN ST...	Crossref	<1%
54	Muhammad Bintang Pahlawan, Henny Welsa, Gendro Wiyono. "Analisis...	Crossref	<1%
55	stie-pembangunan on 2023-11-09	Submitted works	<1%
56	Retno Dewi Wijastuti, Nidya Cantika. "PENGARUH PERSEPSI HARGA, ...	Crossref	<1%

57	journal.uc.ac.id	Internet	<1%
58	Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur on 2022-...	Submitted works	<1%
59	Sundari, Solikhah Nurwati, Jonfrid Siae. "Pengaruh Likuiditas, Solvabil...	Crossref	<1%
60	repository.trisakti.ac.id	Internet	<1%
61	wisuda.unissula.ac.id	Internet	<1%
62	Hastuti Hastuti, Zakaria Zakaria, Suratini Suratini. "Pengaruh Keunikan ...	Crossref	<1%
63	Sriwijaya University on 2022-08-26	Submitted works	<1%
64	repository.usd.ac.id	Internet	<1%
65	ejournal.fekon-unima.ac.id	Internet	<1%
66	Universitas Bunda Mulia on 2021-06-07	Submitted works	<1%
67	bisnisman.nusaputra.ac.id	Internet	<1%
68	divanitrinap.wordpress.com	Internet	<1%

69	docplayer.info	Internet	<1%
70	repository.ub.ac.id	Internet	<1%
71	repository.uma.ac.id	Internet	<1%
72	Universitas Negeri Jakarta on 2023-06-12	Submitted works	<1%
73	digilibadmin.unismuh.ac.id	Internet	<1%
74	Universitas Nasional on 2022-08-12	Submitted works	<1%
75	vitka on 2023-04-12	Submitted works	<1%
76	repository.itb-ad.ac.id	Internet	<1%
77	vitka on 2023-04-12	Submitted works	<1%
78	Universitas Diponegoro on 2023-05-10	Submitted works	<1%
79	Universitas Hang Tuah Surabaya on 2022-07-19	Submitted works	<1%
80	positori.uma.ac.id	Internet	<1%

81	Ahmad Fauzan, Abdul Rohman. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS P... Crossref	<1%
82	Sriwijaya University on 2023-10-27 Submitted works	<1%
83	Universitas PGRI Semarang on 2022-05-15 Submitted works	<1%
84	repository.widyatama.ac.id Internet	<1%
85	Universitas Putera Batam on 2018-11-29 Submitted works	<1%
86	eprints.binadarma.ac.id Internet	<1%
87	epub.imandiri.id Internet	<1%
88	positori.umsu.ac.id Internet	<1%
89	vitka on 2022-04-11 Submitted works	<1%
90	scribd.com Internet	<1%