

Pengaruh Cita Rasa, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo

Oleh:

Caraka Priamitra

Lilik Indayani

Progam Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Oktober, 2023



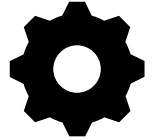
Pendahuluan

I. PENDAHULUAN

Di era yang serba modern seperti saat ini perkembangan bisnis di kota Sidoarjo sangat maju dan pesat, salah satu yang paling mencolok dan banyak diminati adalah bisnis kuliner. Jenis makanan yang digunakan sebagai bisnis juga bervariasi, dimulai dari makanan tradisional, makan khas daerah, sampai dengan makanan kekinian hasil dari kreatifitas penjual. Hal ini dikarenakan bisnis kuliner memiliki hasil profit atau keuntungan yang cukup menjanjikan, disisi lain makanan juga memiliki potensi yang tidak ada habisnya untuk berkembang. Karena akan terus berkembang seiring dengan majunya zaman dan juga teknologi, ditambah dengan kreatifitas manusia yang tidak ada habisnya maka akan selalu tercipta makanan-makanan unik, menarik dan membuat konsumen berminat melakukan pembelian.


Minat beli konsumen merupakan aspek yang wajib dipertimbangkan secara matang oleh produsen. Hal ini dikarenakan minat beli merupakan hal dasar yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian. Oleh sebab itu produsen harus memikirkan hal-hal yang dapat memicu konsumen untuk melakukan pembelian. Minat beli merupakan perilaku yang timbul sebagai respon terhadap objek yang memperlihatkan konsumen untuk melakukan pembelian. Selain minat beli konsumen ada juga hal penting yang harus dipikirkan oleh seorang produsen, yaitu variabel yang ada pada bisnis kuliner. Bisnis kuliner memiliki beberapa variabel penting yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen yaitu cita rasa, harga, dan lokasi.

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)



Bagaimana pengaruh Cita rasa, Harga, dan Lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo ?

Metode

 Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan termasuk dalam kategori *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* sebagai Teknik pengambilan sampel.

 Lokasi penelitian bertempat di Kober Mie Setan Ponti sidoarjo di jalan raya Ponti nomor 8, Wismasarinadi, Magersari, Sidoarjo.

Hasil

H1 : Cita Rasa berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo

Berdasarkan hasil pada analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Hal ini dapat dibuktikan dari indikator penelitian yang meliputi 1) Rasa, indikator ini membuktikan bahwa rasa merupakan unsur terpenting dalam makanan karena rasa dapat memberikan rangsangan pada indra pengecap, sehingga dapat mempengaruhi ketertarikan dan penilaian konsumen untuk membeli. 2) Penampilan, dengan memberikan penampilan menarik pada makanan yang disajikan maka akan menjadi daya tambahan untuk menarik konsumen. 3) Suhu, indikator ini membuktikan bahwa suhu dapat mempengaruhi rasa makanan, sehingga penting untuk memperhatikan suhu pada jenis makanan atau minuman yang disajikan karena dapat mempengaruhi minat konsumen untuk membeli. 4) Aroma, indikator ini membuktikan aroma makanan yang sedap dapat merangsang indra penciuman yang kemudian membangkitkan nafsu makan. 5) Tekstur, indikator ini membuktikan bahwa tekstur yang sesuai dengan jenis makanan yang disajikan akan mempengaruhi penilaian konsumen.

Hasil penelitian sesuai dengan teori yang menjelaskan bahwa cita rasa merupakan hasil kerja sama indera perasa manusia berdasarkan atribut makanan berupa rasa, aroma, suhu, penampilan, tekstur, suhu. Sehingga akan meningkatkan minat beli konsumen apabila atribut tersebut memiliki nilai yang tinggi. Didukung oleh penelitian yang membuktikan bahwa cita rasa berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Penelitian lain yang juga membuktikan cita rasa berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Hasil

H2 : Harga Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo

Berdasarkan hasil pada analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Hal ini dapat dibuktikan dari indikator penelitian yang meliputi 1) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, indikator ini membuktikan apabila harga yang ditawarkan produsen sesuai terhadap kualitas produk diberikan maka akan memberikan pengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli. 2) Keterjangkauan harga, indikator ini membuktikan bahwa semakin murah dan terjangkau harga produk dapat memberikan pengaruh yang tinggi terhadap minat konsumen untuk membeli. 3) Daya saing harga, indikator ini membuktikan bahwa konsumen cenderung akan membandingkan harga produk dengan produk lain yang sejenis. Sehingga penting bagi produsen untuk memperhatikan harga yang ditawarkan karena dapat memberikan pengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menjelaskan bahwa harga merupakan nilai tukar dalam kegiatan transaksi jual beli yang dibebankan atas sebuah produk atau jasa, sehingga akan mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian. Didukung oleh penelitian yang membuktikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Selaras dengan hasil penelitian yang membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Hasil

H3 : Lokasi Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo

Berdasarkan hasil pada analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Hal ini dapat dibuktikan dari indikator penelitian yang meliputi 1) Visibilitas, indikator ini membuktikan bahwa lokasi yang mudah dicari dan dapat dilihat dari jarak pandang yang normal dapat memberikan pengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli. 2) Akses, indikator ini membuktikan bahwa akses yang mudah untuk dijangkau oleh konsumen dapat memberikan pengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli. 3) Tempat parker yang luas, indikator ini membuktikan apabila konsumen bisa dengan mudah memarkirkan kendaraanya tanpa perlu berdesakan dapat mempengaruhi minat konsumen untuk datang dan membeli. 4) Ekspansi, indikator ini membuktikan bahwa pentingnya bagi produsen untuk memiliki lahan kosong untuk perluasan. Hal ini dikarenakan semakin luas lahan yang digunakan maka konsumen tidak perlu berdesakan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menjelashkan bahwa lokasi merupakan tempat bertemunya pejual dan pembeli guna melakukan kegiatan jual beli. Penjual akan memasarkan barang yang dijualnya sementara pembeli akan melihat dan mempertimbangkan untuk membeli atau tidak barang yang dijual oleh penjual. Didukung oleh penelitian yang membuktikan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Selaras dengan hasil penelitian lain yang membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen .

Pembahasan

1. Cita rasa berpengaruh terhadap minat beli konsumen Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo. Dengan ini menunjukkan bahwa cita rasa merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi minat konsumen dalam melakukan pembelian. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa cita rasa tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
2. Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo. Dengan ini menunjukkan bahwa kesesuaian harga yang ditawarkan terhadap kualitas produk yang diberikan dapat membentuk minat beli yang tinggi. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
3. Lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Kober Mie Setan Ponti Sidoarjo. Dengan ini menunjukkan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi minat beli konsumen, karena lokasi yang nyaman dan juga aman menjadi nilai tersendiri bagi konsumen. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Referensi

- [1] Tjiptono, Fandy. (2016). Minat Beli Konsumen.
- [2] Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. (2).
- [3] Drummond, Karen., & Lisa Brefere. (2010). *Nutrition for Foodservice and Culinary Profesional*.
- [4] Rachel, Thompson., & Butriss Judith . (2015). *marketing of food and beverage: The Role of Nutrition and Lifestyle*. British Nutrition Foundation. Wiley-Blackwell, Oxford. Page 23-24.
- [5] Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012). Prinsip prinsip Pemasaran. Surabaya. Penerbit Salemba
- [6] William, Stanton. (2013). Manajemen Pemasaran. (2).
- [7] Ervina, Salsa., & Hasan Ubaidillah. (2023). *Analysis of Product Quality, Price, and Promotional Attractiveness on Consumer Purchase Decisions on Shopee Marketplace Products Fashion*. Archive Umsida DOI: <https://doi.org/10.21070/ups.3280>.
- [8] Putri, Nanda., & Lilik Indayani. (2023). *Products, Prices, Locations, and Advertisements on Purchase Decisions for Apartment Customers in Sidoarjo*. *Indonesian Journal of Innovation Studies Vol. 21 (2023): January* DOI: 10.21070/ijins.v21i.783 .
Article type: (Innovation in Economics, Finance and Sustainable Development)
- [9] Suwarman, Ujang. (2013). Pemasaran Strategik. Bandung. Penerbit Insani.
- [10] Indra, Agung., & Dewi Komala Sari. (2022). *Purchase Decisions Impacted by Service Quality, Price, and Location: A Study on Zakiah Hijab Solution Stores*. *Academia Open Vol 7 (2022): December* DOI: 10.21070/acopen.7.2022.2805 . *Article type: (Business and Economics)*.
- [11] Muzdalifah. (2019). Pengaruh Cita Rasa dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Hisana Fried Chicken di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Manajemen Unm*, vol. 5, no. 3, p. 11, doi: 10.31399/jmu.v3i1.815.

Referensi

- [12] Ramdhani, Chika. (2019). Pengaruh Cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen. Studi kasus pada Rumah Makan Warung Sidik Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, vol. 11, no. 3, p. 155, doi: 10.21167/jem.v12i3.1579.
- [13] Agestina, Khusnul. (2019). Analisis pengaruh lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada konsumen HANNA KEBAB di Kebumen. *Jurnal Lentera Bisnis*, vol. 9, no. 4, p. 218, doi: 10.31127/jrlab.v10i2.435.
- [14] Rusdianto, Arif. (2020). Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat beli konsumen (Studi Komparatif Indomaret dan Alfamart Batanghari). 1-43. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, vol. 14, no. 3, p. 61, doi: 10.21660/jrmb.2021.163.372.
- [15] Novandi, Dika. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Miss Laundry di Kota Tegal. *Jurnal Valuasi Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 1, pp. 417–431, doi: 10.41316/vls.v1i2.34.
- [16] Kogoya, Nikimus. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Lokas terhadap Minat Beli Konsumen pada warung makan Bakso Kabut Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis dan Agroindustri*, 1(2), 89-94. doi: 10.27268/jkin.v14i1.2175.
- [17] Mueller-Bloch, Christoph., & Johann Kranz. (2015). *A framework for rigorously identifying research gaps in qualitative literature reviews*. Bandung: Alfabeta
- [18] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [19] Ghozali. (2011). *Uji Asumsi Klasik*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [20] Idris, Ansari. (2020). Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, Harga, Perceived Value, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat beli konsumen pada Rumah Makan Tanjung Sebauk. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, vol. 14, no. 2, p. 62, doi: 10.21370/jrmb.2021.141.362.
- [21] Sulaiman, Andi. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kelayakan Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 10, no. 2, p. 60, doi: 10.22570/jrmb.2021.164.357.
- [22] Tania, Aulia. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 7, no. 12, pp. 1–19.

