

PENGARUH CITA RASA DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI MAKANAN TRADISIONAL BHOI ACEH DI KECAMATAN PEUKAN BARO KABUPATEN

PIDIE

(Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi)

Eka agustina⁽¹⁾, Darmi⁽²⁾, Tuti Rahmah⁽³⁾

Universitas Jabal Ghafur, Sigli, Aceh

e-mail: ekaagustina@unigha.ac.id, darmi@unigha.ac.id,
tutirahmah@unigha.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze and determine the effect of taste on purchase intention. Bhoi Aceh in Peukan Baro District, Pidie. Variables in independent research include taste, while the dependent variable is buying interest (Y). The population used in this study is the comparison of the increase in the interest in buying Acehnese traditional Bhoi food at culinary Dhapu Bhoi in 2023 as many as 250 people. Determination of the sample using the Slovin formula as many as 71 people. There are several types of data collected in this study, namely primary data and secondary data, both qualitative and quantitative data and questionnaires filled out by respondents. The data obtained were then analyzed using multiple regression analysis. This analysis includes normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, classical acceptance test, hypothesis test F test and T test, and analysis of the coefficient of determination (R^2). Based on the research results, a regression equation $Y = 5.750 + 0.381 X_1 + 0.285 X_2$ was created. The results analyzed were guided by the t test where the Variable Taste (X_1) Price (X_2) greatly influences the intention to buy traditional Bhoi Aceh food in Peukan Baro Pidie District (Case Study on Dhapu Bhoi Culinary). The results analyzed proved that the Taste variable (X_1) had the greatest impact, namely 0.381 or 38.1% on the interest in buying traditional Bhoi Aceh food in Peukan Baro District, Pidie Regency (Case Study on Dhapu Bhoi Culinary). the relation between the dependent and independent variables has a difference in taste (X_1) and price (X_2) on the interest in buying traditional Bhoi Aceh food in Peukan Baro District, Pidie Regency (Case Study in Dhapu Bhoi Culinary) where the correlation coefficient level is 0.686. while Taste (X_1) and Price (X_2) with a variable determination coefficient value of $0.4712 = 0.222$, means that there is an influence on the interest in buying traditional Bhoi Aceh food in Peukan Baro District, Pidie (Case Study on Dhapu Bhoi culinary) numbering 22, 2%, then the remaining 77.8% which affects other variables that have not been mentioned in this study.

Keywords : Taste, Price, Purchase Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengetahui pengaruh selera terhadap minat beli. Bhoi Aceh di Kecamatan Peukan Baro, Pidie. Variabel pada Penelitian independen meliputi Cita Rasa, sedangkan variabel dependennya adalah minat beli (Y). yang dijadikan

populasi dalam penelitian ini yaitu perbandingan kenaikan Minat Beli Makanan Tradisional Bhoi Aceh pada Dhapu Bhoi kuliner tahun 2023 sebanyak 250 orang. Penentuan sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebanyak 71 orang. Data yang dikumpulkan di dalam penelitian ini ada beberapa macam yaitu data primer dan data sekunder, baik data berbentuk kualitatif juga kuantitatif serta kuesioner diisi oleh responden. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji penerimaan klasik, uji hipotesis uji F dan uji T, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitian, dibuat persamaan regresi $Y = 5,750 + 0,381 X_1 + 0,285 X_2$. Hasil yang dianalisa yang berpedoman pada uji t dimana Variabel Cita Rasa (X_1) Harga (X_2) sangat berpengaruh terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner). Hasil yang dianalisa terbukti dimana variabel Cita Rasa (X_1) memiliki dampak paling yang sangat besar yaitu 0,381 atau 38,1 % terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner). kaitannya variabel dependen dan independen memiliki perbedaan Cita Rasa (X_1) dan Harga (X_2) terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner) dimana tingkat koefisien korelasi yaitu 0,686. sedangkan Cita Rasa (X_1) dan Harga (X_2) dengan nilai Koefisien determinasi variabel yaitu $0,471^2 = 0,222$, berarti terdapat pengaruh terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro, Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi kuliner) sejumlah 22,2 %, kemudian sisanya 77,8 % yang berpengaruh pada variabel yang lain yang belum disebutkan di dalam penelitian ini.

Kata kunci: Cita Rasa, Harga, Minat Beli

Pendahuluan

Latar Belakang

Era globalisasi sekarang ini berdampak pada gaya hidup dan konsumsi pangan di sejumlah masyarakat. masyarakat terus mencari jalan didalam peningkatan kesehatan mereka juga kondisi fisik mereka. Oleh karena itu, mengonsumsi makanan berenergi tinggi dianggap bermanfaat untuk mayoritas orang, banyaknya tawaran produk dapat menjadikan konsumen semakin teliti setiap mengambil keputusan pembelian, baik dari segi tingkat harga maupun selera.. Untuk meningkatkan minat beli masyarakat, perusahaan harus bisa produksi barang yang memuaskan kebutuhan konsumen dengan tingkat rasa dan harga yang lebih rendah, yang manfaat nya nanti diharapkan guna keberhasilan di dalam penjualan suatu produk..

Pemilihan produk sangat berpengaruh pada karakteristik dari setiap

produk tersebut, yang nyata wujudnya dapat dikenali maupun yang tidak nampak . Karakteristik produk terletak pada harga juga rasa.

Harga merupakan jumlah uang yang dikorbankan oleh pelanggan untuk memperoleh barang serta jasa yang telah mereka beli yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, sedangkan Rasa merupakan respon konsumen terhadap sifat-sifat yang terdapat pada jenis makanan misalkan ada rasa manis, rasa asin, coklat, serta rasa vanilla yang disebabkan oleh hal yang membangkitkan minat beli seperti, kualitas, variasi, rasa dan inovasi rasa yang terkandung dalam produk Aceh terkenal dengan kuliner khas bercitra rasa tinggi,

sebut saja misalnya mie, kopi, kuah pliek, ayam tangkap dan banyak lainnya. Walaupun terkenal dengan segudang sajian kuliner tradisional, namun tidak semua generasi muda mengenali akan kuliner khas asal Aceh. Apalagi bagi mereka yang berasal dan tumbuh besar di daerah yang jauh dari adat istiadat lokal.

Bhoi adalah salah satu makanan tradisional yang sangat terkenal di Aceh. Dalam tradisi masyarakat Aceh, makanan tradisional Bhoi ini merupakan makanan yg mempunyai rasa khas dan sangat banyak diminati oleh masyarakat selain makanan yg dapat dikonsumsi sehari-hari, makanan tradisional Bhoi ini juga merupakan makanan khas dalam acara adat istiadat untuk hantaran. Dimana Bhoi ini dibuat dari campuran tepung beras /terigu, telur, vanili, serta gula pasir.

Usaha Dhapu Bhoi Kuliner terletak di Desa Lampoh Saka, Kecamatan Peukan Baroe, Kabupaten Pidie. menurut pemiliknya, tempat ini dibangun dengan alasan karena sulitnya menemukan makanan khas Aceh saat ini, apalagi daerah yang jauh dari perkampungan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diutarakan maka peneliti mempunyai keinginan untuk meneliti yang berjudul “Pengaruh Cita Rasa Dan Harga Terhadap Minat Beli Makanan Tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner).”

Perumusan Masalah

Yang menjadi rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan yaitu:

1. Apakah cita rasa berpengaruh pada minat beli makanan tradisional Aceh pada usaha Dhapu Bhoi di Kabupaten Pidie?
2. berpengaruhkah harga terhadap minat beli makanan tradisional

Aceh pada usaha dhapu Bhoi di kabupaten Pidie?

3. Variable manakah yang dominan serta dapat mempengaruhi pada minat beli makanan tradisional Aceh pada usaha dhapu Bhoi di kabupaten Pidie?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis serta mengetahui pengaruh cita rasa terhadap minat beli makanan tradisional Aceh di usaha Dhapu Bhoi di Kabupaten Pidie
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harga pada minat beli makanan tradisional Aceh pada Dhapu Bhoi Kabupaten Pidie
3. Untuk menganalisis serta mengetahui pengaruh cita rasa serta tingkat harga pada minat beli makanan tradisional Aceh pada usaha Dhapu Bhoi di kabupaten Pidie

Manfaat Penelitian

Peneliti mengharapkan bisa menyumbang manfaat, yaitu:

1. Usaha dhapu Bhoi
Untuk bahan koreksi dalam hal pemecahan permasalahan yang timbul, serta bisa dijadikan untuk mengevaluasi, masukan dan bahan informasi perusahaan makanan tradisional untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang secara pasti mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.
2. Bagi peneliti
Guna memberikan berupa pengetahuan yang ilmiah dan berkontribusi dalam menyumbang pemikiran di bidang pemasaran, khususnya menyangkut cita rasa

serta tingkat harga terhadap minat beli konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat menjadi bahan masukan atau referensi untuk penelitian selanjutnya oleh peneliti lain untuk permasalahan yang sama dengan penelitian ini.

METODE PENELITIAN

Pengujian Hipotesis Penelitian

a. Analisis regresi linier berganda

Digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel dependen sebagai faktor predictor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya) Sugiyono (2012:277). Bila dijabarkan secara matematis bentuk persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Cita Rasa

X_2 = Harga

e = Standart Error

Suatu perhitungan statistik disebut signifikan dimana uji statistik mempunyai nilai yang ada dalam wilayah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). dan sebaliknya disebut tidak signifikan apabila uji statistik mempunyai nilai berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji *F-test*. Menurut Ghozali

(2011:98), “uji statistik *F* pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat”. Uji *F* dilakukan dengan membandingkan signifikansi F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan ketentuan:

- Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
- Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

c. Uji Parsial (Uji-t)

Secara parsial, pengujian hipotesis dilakukan dengan uji *t-test*. Menurut Ghozali (2011:98) “uji statistik *t* pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen”. Uji *t* dilakukan dengan membandingkan signifikansi t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan :

- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).
- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

Hasil Penelitian dan pembahasan Hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa responden diambil tergantung jenis kelamin, umur dan pendidikan terakhir juga frekwensi pembelian dari masing- masing responden dengan penjelasan di bawah ini:

- Berdasarkan umur, dapat di jelaskan bahwa sebanyak 13 orang atau 18,3 % pada usia ≥ 20 tahun, sebanyak 21 orang atau 29,6 % berusia antara 21 -35 tahun

dan sebanyak 37 orang atau 52,1 % berusia > 35 tahun dari total sampel yang diteliti.

- b. Berdasarkan jenis kelamin, responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 42 orang atau 59,2 % serta responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 29 orang atau 40,8 % dari total sampel yang diteliti.
- c. Untuk tingkat pendidikan terakhir responden, dapat dijelaskan bahwa sebanyak 24 orang atau 33,8 % berpendidikan terakhir SLTA, sebanyak 7 orang atau 9,9 % berpendidikan terakhir Diploma, sebanyak 36 orang atau 50,7 % berpendidikan Strata Satu (S1) dan sebanyak 4 orang atau 5,6 % berpendidikan terakhir Strata Dua (S2) dari total sampel yang diteliti.
- d. Berdasarkan frekwensi pembelian, responden yang melakukan pembelian 1 sampai 3 kali, sebanyak 8 orang atau 11,3 %, responden yang melakukan pembelian 4 sampai 5 sebanyak 21 orang atau 29,6 %, sementara yang melakukan pembelian 4 sampai 5 kali sebanyak 42 orang responden yang melakukan pembelian lebih dari 5 kali dari total sampel yang diteliti.

Analisis Deskriptif Variabel Cita Rasa (X1)

Berdasarkan hasil dari penelitian yang disebutkan, dimana bisa diambil kesimpulan yaitu responden yang merespon terhadap variabel cita rasa, adalah:

- a. Pada item pernyataan pertama (Bau atau aroma makanan tradisional Bhoi Aceh mampu mengundang minat beli konsumen), dari 71 responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 1,4% responden, responden yang menyatakan kurang setuju berjumlah 1,4% responden, sedangkan responden yang menyatakan setuju berjumlah 54,9% responden dan yang menyatakan sangat setuju berjumlah

42,3% responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menyatakan setuju bahwa bau atau aroma makanan tradisional Bhoi Aceh mampu mengundang minat beli konsumen.

- b. Pada item pernyataan kedua (Makanan tradisional Bhoi Aceh memiliki rasa yang khas), dari 71 responden terdapat 8 orang atau 11,3 % responden menyatakan kurang setuju, 28 orang atau 39,4 % responden menyatakan setuju dan sebanyak 35 orang atau 49,3 % responden menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan sebagian responden sangat setuju jika makanan tradisional Bhoi Aceh memiliki rasa yang khas.
- c. Pada item pernyataan ketiga (Rangsangan Mulut yang enak dapat mengundang selera konsumen untuk mengkonsumsi Bhoi Aceh), dari 71 orang responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 8 orang atau 11,3 %, yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang atau 60,6 % dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang atau 28,2 %. dapat disimpulkan bahwa mayoritas setuju bahwa rangsangan mulut yang enak dapat mengundang selera konsumen untuk mengkonsumsi Bhoi Aceh.
- d. Pada item pernyataan keempat (Minat konsumen mengkonsumsi Bhoi Aceh karena memiliki tekstur bentuk yang lembut), dari 71 responden, yang menyatakan kurang setuju sebesar 7,0% responden, yang menyatakan setuju sebanyak 50,7 % responden dan yang menyatakan sangat setuju sebesar 42,3% responden. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden setuju dimana minat konsumen mengkonsumsi Bhoi Aceh karena memiliki tekstur bentuk yang lembut.

Menurut hasil dari analisis dimana nilai rata rata dari variabel cita rasa

berjumlah (4.32) dimana sebagian besar dari jumlah responden setuju variabel cita rasa mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli Makanan Tradisional Aceh pada dhapu Bhoi Di Kabupaten Pidie.

Analisis Deskriptif Variabel Harga (X2)

Berdasarkan hasil yang sudah diteliti, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa responden menanggapi terhadap variabel harga (X2), yaitu:

- a. Pada item pernyataan pertama (Makanan Tradisional Bhoi Aceh menawarkan harga relatif terjangkau semua kalangan konsumen), dari 71 responden, yang menyatakan kurang setuju berjumlah 18,3 % responden, yang menyatakan setuju berjumlah 50,7% responden dan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 31,0 % responden. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dimana makanan Tradisional bhoi Aceh menawarkan harga relatif terjangkau semua kalangan konsumen.
- b. Pada item pernyataan kedua (Harga Makanan Tradisional Bhoi Aceh sesuai dengan kualitas yang ditawarkan) dari 71 responden, terdapat 6 orang atau 8,5 % responden menyatakan kurang setuju, 31 orang atau 43,7 % responden menyatakan setuju dan sebanyak 34 orang atau 47,9 % responden menyatakan sangat setuju. Hal ini menunjukkan mayoritas responden sangat setuju bahwa harga makanan tradisional Bhoi Aceh sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.
- c. Pada item pernyataan ketiga (Harga Makanan Tradisional Bhoi Aceh lebih rendah dari produk makanan tradisional lainnya), dari 71 responden, yang menyatakan kurang setuju berjumlah 35,2% responden, yang menyatakan setuju sebanyak 49,3% responden dan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 15,5 % responden. Dapat

disimpulkan bahwa responden mayoritas setuju dimana harga makanan tradisional Apam Aceh lebih rendah dari produk makanan tradisional lainnya.

- d. Pada item pernyataan keempat (Harga Makanan Tradisional Bhoi Aceh sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen), dari 71 responden, dimana yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4,2% responden, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 31,0 %, yang menyatakan setuju sebanyak 54,9% responden sedangkan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9,9%. dapat disimpulkan bahwa responden mayoritas setuju dimana harga makanan tradisional Apam Aceh sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen.

Menurut hasil dari analisis deskriptif didapat rata-rata nilai sebesar (4.01) dapat diartikan dimana mayoritas setuju dimana minat beli dipengaruhi oleh harga Makanan Tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner).

Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel minat beli, yaitu:

- a. Pada item pernyataan pertama (Konsumen membeli Bhoi Aceh sebagai wujud kebutuhan akan makanan tradisional Aceh yang sulit didapatkan), dari 71 responden, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 orang atau 4,2 % responden, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 50 orang atau 70,4 %, yang menyatakan setuju sebanyak 18 orang atau 25,4 %. dapat disimpulkan dimana mayoritas responden berpendapat kurang setuju jika konsumen membeli Bhoi Aceh sebagai wujud kebutuhan akan

makanan tradisional Aceh yang sulit didapatkan.

- b. Pada item pernyataan kedua (Konsumen sudah mengenal terlebih dulu dengan makanan tradisional Bhoi Aceh sebelum melakukan pembelian), dari 71 responden, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2,8 % responden, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 69,0 % responden, dan yang menyatakan setuju sebanyak 26,8% responden, hanya dan 1,4 % responden menyatakan sangat setuju. Dapat disimpulkan dimana mayoritas dari responden kurang setuju jika konsumen sudah mengenal terlebih dulu dengan makanan tradisional Bhoi Aceh sebelum melakukan pembelian.
- c. Pada item pernyataan ketiga (Konsumen mencari informasi terlebih dulu sebelum memutuskan untuk membeli makanan tradisional Bhoi Aceh), dari 71 responden, yang menyatakan tidak setuju terdapat 3 orang atau 4,2 %, yang menyatakan kurang setuju terdapat 47 orang atau 66,2 % dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 21 orang atau 29,6 % . dapat disimpulkan dimana mayoritas kurang setuju jika konsumen mencari informasi terlebih dulu sebelum memutuskan untuk membeli makanan tradisional Bhoi Aceh.
- d. Pada item pernyataan keempat (Konsumen memutuskan untuk membeli makanan tradisional Bhoi Aceh setelah mengevaluasi beberapa alternatif), dari 71 respoden, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 56,3% reponden, yang menyatakan setuju sebanyak 42,3 % responden dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 1,4% responden . dapat disimpulkan dimana mayoritas dari responden kurang setuju jika konsumen memutuskan untuk membeli makanan tradisional Bhoi Aceh setelah mengevaluasi beberapa alternatif.

- e. Pada item pernyataan kelima (Keputusan konsumen melakukan pembelian makanan tradisional Bhoi Aceh karena telah merasa puas akan produk yang ditawarkan), dari 71 responden, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 24 orang atau 33,8 %, yang menyatakan setuju sebanyak 43 orang atau 60,6 % dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 4 orang atau 5,6 %. dapat disimpulkan dimana mayoritas setuju jika keputusan konsumen melakukan pembelian makanan tradisional Bhoi Aceh karena telah merasa puas akan produk yang ditawarkan.

Dari hasil analisis deskriptif nilai rata-rata yang di dapat berjumlah (3.38) artinya setengah dari responden setuju dimana variabel Minat Beli Makanan Tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi) dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu cita rasa dan harga.

Uji Validitas

Yang dijadikan pertimbangan dasar dalam mengukur valid atau tidak valid sebuah kuesioner yaitu dengan cara membuat perbandingan r_{hitung} (koefisien korelasi) terhadap r_{tabel} (nilai kritis). dimana r_{tabel} mempunyai nilai didalam penelitian ini sebesar 0.23. apabila r_{hitung} melebihi daripada r_{tabel} sehingga kuesioner dapat dinyatakan valid dan kebalikannya dimana r_{hitung} tidak melebihi dari r_{tabel} sehingga kuesioner dinyatakan kurang valid.

Hasil di atas membuktikan bahwa item angket pada penelitian ini valid, yang yang mana nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu (0,23), dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan bisa dipakai sebagai instrumen dalam meneliti.

Uji Reliabilitas

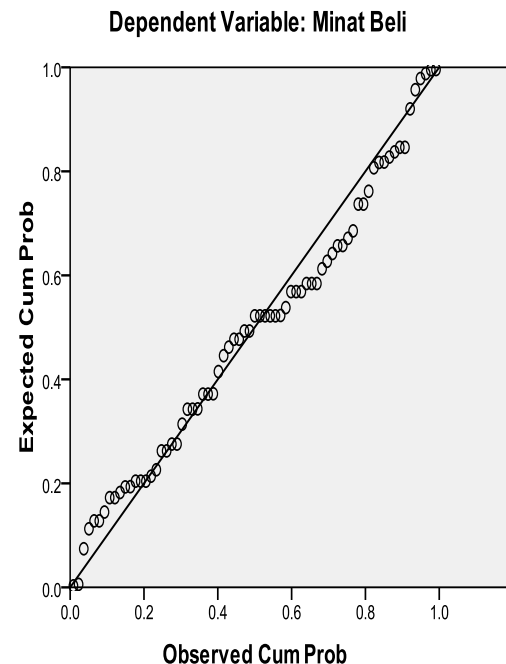
Pengujian realibilitas digunakan untuk item kuesioner yang dinyatakan valid atau pengujian reliabilitas merupakan konsistensi suatu meteran untuk mengukur gejala yang sama. Nilai koefisien alfa berkisar 0 hingga 1, sedangkan nilai dari alfa sebesar = 0,60, tidak berarti meteran tidak memiliki penilaian. Hasil nya yang diperoleh melalui pengolahan data spss Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan Analisis reliabilitas uji reliabilitas menunjukkan alpha masing-masing variabel, alpha variabel rasa 0,632, alpha variabel harga 0,857, dan alpha indeks pembelian 0,619. Oleh karena itu pengukuran reliabilitas variabel menyatakan variabel selera (X1), harga (X2) dan niat beli (Y) memenuhi syarat reliabilitas.

Uji Normalitas

Asumsi klasik pertama yang diuji adalah normalitas. Residual normal berada berdekatan dengan garis horizontal. Dimana penelitian ini, residual P-P plot terstandar ditunjukkan pada Gambar 4.1 di bawah ini:

Grafik Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik terlihat titik-titik - titik berdekatan dengan garis diagonal. Dapat ditarik kesimpulan dimana residual mempunyai distribusi normal, sehingga terpenuhinya syarat normalitas residual dari analisis regresi .

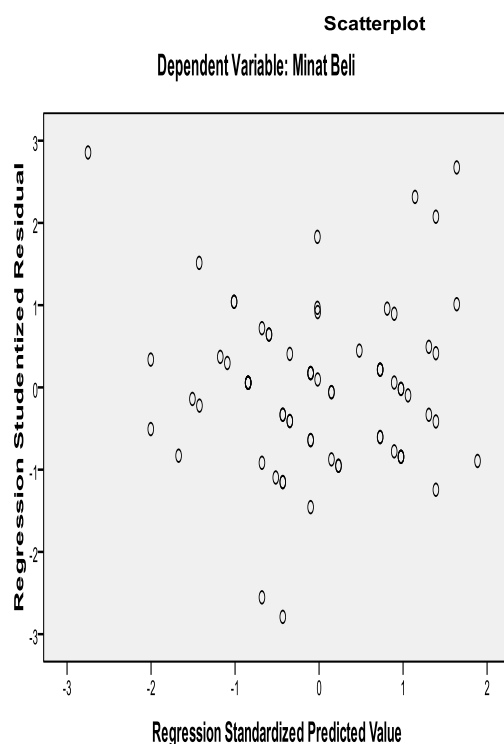
Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas masing-masing variabel dimana variabel bebas terhadap variabel terikat untuk melihat nilai VIF tidak terjadi multikolinearita atau non multikolinearitas apabila $VIF < 10$ yang berarti data dalam penelitian ini dipengaruhi oleh variabel asing yang dapat mempengaruhi mutu dari sebuah data yang di dapat berdasarkan hasil tes Sesuai dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian, bisa ditarik kesimpulan dimana dalam penelitian ini tidak semua variabel merupakan variabel confounding yang bisa melemahkan validnya hasil dari sebuah penelitian penelitian, karena skor multikolinearitas yang diperoleh berdasarkan skor VIF kurang dari 10.

Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam model regresi. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak heteroskedastisitas. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan mencari ada tidaknya pola tertentu dalam dispersi. Hasil pengolahan data menunjukkan sebaran seperti gambar di bawah ini:

Grafik Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa gambar pencar belum mendapatkan pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar dan kemudian menyempit), titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas dan berbeda, karena titik-titik berada di atas dan tidak beraturan. di bawah gambar. 0 poin. sumbu Oleh karena itu bisa

disimpulkan dimana tidak ada tanda heteroskedastisitas.

Pembahasan

Untuk mengetahui pengaruh rasa dan harga terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (studi kasus Dhapu Bhoi), analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda dengan SPSS dengan menggunakan model regresi berganda dapat berupa persamaan yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = 5,750 + 0,381 X_1 + 0,285 X_2$$

Berdasarkan formula diatas : dapat ditarik kesimpulan :

1. Konstanta mempunyai nilai sebesar 5,750 artinya jika variabel Cita Rasa (X_1) dan Harga (X_2) tidak ada atau sama dengan nol, maka minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner) nilainya sebesar 5,750.
2. Nilai dari koefisien regresi Cita Rasa (X_1) sebesar 0,381 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan persepsi responden terhadap variabel Cita Rasa (X_1), maka akan mempengaruhi minat beli sebesar 38,1 %. Ini berarti variabel Cita Rasa berpengaruh terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner).
3. Nilai koefisien regresi Harga (X_2) sebesar 0,285 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan persepsi responden terhadap variabel Harga (X_2), maka akan mempengaruhi minat beli sebesar 28,5 %. Ini berarti variabel harga berpengaruh terhadap minat beli makanan tradisional Apam Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten

Pidie (Studi Kasus Pada Pusaka Indatu Kuliner).

4. Hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa dari variabel-variabel yang diteliti ternyata variabel Cita Rasa (X_1) mempunyai pengaruh paling dominan yaitu sebesar 0,381 atau 38,1 % terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner).
5. variabel terikat dan variabel bebas mempunyai korelasi yaitu masing-masing variabel Cita Rasa (X_1) dan Harga (X_2) terhadap minat beli (Y) makanan tradisional Bhoi Aceh di usaha Dhapu Bhoi Kabupaten Pidie dimana tingkat koefisien korelasi yaitu 0,686. .
6. Koefisien determinasi variabel Cita Rasa (X_1) dan Harga (X_2) adalah $0,471^2 = 0,222$, ini berarti terdapat pengaruh terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Pusaka Indatu) sebesar 22,2 %, sedangkan sisanya 77,8 % merupakan variabel lain yang ada diluar penelitian.

Uji Hipotesis

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruhnya dari variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Dimana diperoleh hasil dari pengujian secara simultan $F_{hitung} 30.235 > F_{tabel} 3,13$. sehingga hasil dari hasil tersebut bisa ditarik kesimpulan dimana menerima (H_a) dan menolak (H_o), dimana Cita Rasa (X_1) dan Harga (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada KuDhapu Bhoi kuliner).

Uji t

Signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen individu

(sebagian) ditentukan dengan menggunakan uji-t.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan dapat dijelaskan seperti berikut ini:

1. Variabel Cita Rasa (X_1) didapat $t_{hitung} 3.742 > t_{tabel} 1,668$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0.05$, sehingga (H_o) ditolak dan (H_a) diterima. Sehingga dapat tarik kesimpulan dimana variabel Cita Rasa (X_1) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi).
2. Variabel Harga (X_2) didapat $t_{hitung} 3.707 > t_{tabel} 1,668$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0.05$, sehingga (H_o) ditolak dan (H_a) diterima. Sehingga Dapat ditarik kesimpulan dari hasil uji t dimana variabel Harga (X_2) mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah menginterpretasikan dan menganalisis hasil penelitian. sehingga bisa disimpulkan pada bab ini yang memaparkan tentang pengaruh rasa dan harga terhadap minat membeli makanan tradisional bhoi aceh di Peukan baro, Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi), sehingga dapat ditarik kesimpulan :

- Berdasarkan Uji F atau serempak bahwa variabel cita rasa (X_1) dan Harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten

Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner)) dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($30,235 > 3,13$) dengan nilai signifikansinya $0,000 < 0,05$.

- sedangkan Uji t secara parsial bahwa variabel Cita Rasa (X_1) berpengaruh secara positif terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi). Hal ini terlihat dari nilai signifikan ($0,000$) lebih kecil dari $0,005$ dan nilai t_{hitung} $3,742 > t_{tabel}$ $1,668$.
- Berdasarkan Uji t secara parsial bahwa variabel Harga (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner). Hal ini terlihat dari nilai signifikan ($0,000$) lebih kecil dari $0,005$ dan nilai t_{hitung} $3,707 > t_{tabel}$ $1,668$.
- Dari variabel-variabel yang diteliti ternyata variabel Cita Rasa (X_1) mempunyai pengaruh paling dominan yaitu sebesar $0,381$ atau $38,1\%$ terhadap minat beli makanan tradisional Bhoi Aceh Di

Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie (Studi Kasus Pada Dhapu Bhoi Kuliner).

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Diharapkan Pusaka Indatu Kuliner sedapat mungkin menciptakan makanan tradisional Bhoi Aceh Rasa baru agar kami dapat menarik lebih banyak pelanggan di masa mendatang dan tetap terdepan dalam persaingan bisnis'
2. Faktor harga harus menjadi salah satu elemen terpenting untuk merebut simpati konsumen karena kuatnya persaingan harga diantara para produsen dalam usaha bisnis kuliner khususnya, pihak Dhapu Bhoi Kuliner mungkin perlu melakukan promosi di bidang harga. Penelitian ini hanya memberikan gambaran umum tentang pengaruh rasa dan harga terhadap niat beli, penelitian lebih lanjut dianjurkan untuk mengembangkan atau menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen

REFERENSI

Arikunto, S. 2013. *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, cet. 15. Jakarta : Rineka Cipta

Aziz, Muhammad.2012. *Pengaruh Promosi dan Rasa Terhadap Jumlah Pembelian Ayam Bakar di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Makassar*. Jurnal Sosial Ekonomi, Hal 12

Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*, Cetakan Ke-24. Bandung: CV. Alfabeta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2018. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy.2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: Andi.