

## **Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Kuliner Terhadap Minat Beli: Studi pada Warung Sate Tambak Segaran**

**Nadila Kusuma Wardani, Dea Rachma Sucita**

Universitas Airlangga

nadila.kusuma.wardani-2024@feb.un-air.ac.id

### **ABSTRACT**

*This study was conducted to determine the effect of product quality and culinary product innovation on millennials' purchasing interest, specifically for traditional gulai (a study at the Tambak Segaran satay stall). The independent variables used in this study were product quality and product innovation, and the dependent variable was purchasing interest. This study employed a quantitative approach. The sampling technique used was non-probability sampling, and the sample design used was purposeful sampling. The sample consisted of 110 potential gulai consumers at the Tambak Segaran Satay Stall. The data analysis method used in this study was SPSS. The results of this study indicate that H1, namely product quality has a significant influence on purchasing interest, is accepted. H2, namely product innovation has a significant influence on purchasing interest, is accepted.*

**Keywords: Product Innovation; Product Quality; Purchasing Interest; Culinary Products**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan inovasi produk kuliner terhadap minat beli kaum milenial khususnya kuliner tradisional gulai (studi pada warung sate tambak segaran). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan inovasi produk dan variabel terikatnya adalah minat beli. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan non probability sampling, dan desain sampel yang akan digunakan peneliti berupa purpose sampling. Sampel penelitian ini adalah 110 calon konsumen gulai di Warung Sate Tambak Segaran. Metode alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS. Hasil dari penelitian ini adalah H1 yakni kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, hipotesis diterima. Lalu H2 yakni inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sehingga hipotesis diterima

**Keywords: Inovasi Produk; Kualitas Produk; Minat Beli; Produk Kuliner**

### **PENDAHULUAN**

Konsumen memiliki karakteristik tersendiri karena pada praktiknya konsumen terdiri dari beragam usia, latar belakang budaya, pendidikan dan keadaan sosial ekonomi lain. Hal tersebut membuat perusahaan terkadang mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar karena terdapat banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terutama saat konsumen tersebut memutuskan dan berminat untuk melakukan pembelian produk (Nurmawati, 2018). Terdapat beberapa faktor yang dianggap memberikan pengaruh pada minat beli konsumen, di antaranya kualitas

produk dan inovasi produk. Kualitas produk dari sisi pembeli menunjukkan pada minat beli yang membuat individu dapat memutuskan melakukan pembelian atau hanya sekedar dinilai oleh konsumen. Jika produk yang dilihat bagus untuk digunakan lalu akan mengembangkan minat beli konsumen, ini bisa jadi konsumen percaya dan menganggap suatu kualitas produk yang bagus adalah setara dengan yang diharapkan. Di sisi lain, inovasi produk dianggap sebagai bagian penting dari keberhasilan perusahaan dari penciptaan produk agar dapat memenuhi permintaan dan membuat pelanggan senang. Warung Sate Tambak Segaran merupakan warung makan yang dibangun sejak tahun 1948 oleh Lim Hwa Youe. Terdapat beberapa menu yang dijual di Warung Hikmah Cak Mul, namun yang paling favorit adalah sate dan gulai kambing. Warung Sate Tambak Segaran tidak memiliki website atau sosial media sebagai media promosi dan penjualannya hanya di outlet serta tidak melakukan kerjasama dengan pihak GoFood, GrabFood dan ShopeeFood. Namun, Warung Sate Tambak Segaran tetap ramai pengunjung. Pada observasi yang dilakukan peneliti minat beli konsumen khususnya kaum milenial pada makanan tradisional terlebih makanan gulai sangatlah kurang. Beberapa kaum milenial mengaku bahwa makanan gulai dianggap kurang modern dan terlalu berminyak. Selain itu, penyajian makanan gulai juga dianggap kurang menarik karena terkadang banyak kuah gulai yang tumpah di permukaan mangkuk dan piring yang disajikan. Beberapa hal tersebut diindikasikan sebagai penyebab dari kurangnya minat beli kaum milenial pada makanan tradisional gulai. Bisnis yang peneliti lakukan sebelumnya merupakan bisnis yang bergerak pada bidang yang sama dengan bisnis yang sedang diteliti saat ini yaitu pada bisnis kuliner gulai bernama “Gulhai” tetapi, bisnis tersebut telah mati atau tutup. Ghulhai telah melakukan inovasi yaitu mengganti santan dengan fiber cream, namun hal tersebut kurang diterima di kalangan mahasiswa atau kaum milenial.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kausal. Populasi dalam penelitian ini yaitu pecinta gulai di wilayah Solo karena minat beli. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan non probability sampling, dan desain sampel yang akan digunakan peneliti berupa purpose sampling. Sampel penelitian ini adalah 110 calon konsumen gulai di Warung Sate Tambak Segaran. Pada penelitian ini, data primer berupa hasil kuesioner yang disebarkan kepada responden. Data sekunder dalam penelitian ini berupa studi pustaka dari buku yang relevan dan jurnal-jurnal penelitian.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden penelitian. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan mengajukan pernyataan pada responden. Pernyataan tersebut dianggap sebagai adopsi dari alat ukur dari jurnal acuan. Proses adopsi ini dijelaskan sebagai salah satu metode pengumpulan data dengan membandingkan terjemahan instrumen dan arti

instrumen sesuai makna sebenarnya agar tidak menghilangkan makna pernyataan disesuaikan dengan culture dari objek penelitian (Sugiyono, 2018).

Skala yang digunakan dalam kuesioner adalah dengan skala likert. Skala likert merupakan alat ukur interval dalam penilaian skor dari angka 1-5 yakni:

Sangat Tidak Setuju (STS)	: skor 1
Tidak Setuju (TS)	: skor 2
Cukup Setuju (CS)	: skor 3
Setuju (S)	: skor 4
Sangat Setuju (SS)	: skor 5

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Uji Validitas. Uji validitas digunakan untuk melakukan pengukuran pada valid tidaknya instrumen. Valid menunjukkan instrumen mampu mengukur dan nilai korelasi yang dijadikan penentu adalah 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3) (Sugiyono, 2018). Tabel 1 menunjukkan hasil uji validitas. Pada tabel tersebut mendapatkan hasil keseluruhan item disetiap variabel mempunyai nilai Corrected Item-Total Correlation lebih dari 0,3. Artinya keseluruhan item pernyataan variabel dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya.

Uji Realibilitas. Realibilitas merupakan pengujian untuk melakukan pengukuran konsistensi jawab tiap variabel. Pengujian dilakukan dengan uji statistik cronbach's alpha ( $\alpha$ ) dan nilai yang diperoleh harus lebih dari 0,6 (Sugiyono, 2018). Tabel 2 menunjukkan hasil uji realibilitas. Pada tabel tersebut mendapatkan hasil nilai cronbach Alpha pada masing-masing variabel  $> 0,6$ . Dengan demikian dapat dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel sudah reliabel atau konsisten.

Uji Asumsi Klasik. Pada pengujian normalitas mendapatkan hasil nilai signifikansi atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,251 atau  $> 0,05$ . Artinya model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas atau data terdistribusi normal. Pada pengujian linieritas mendapatkan hasil semua variabel mempunyai nilai signifikansi  $< 0,05$ . Artinya terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji Multikolinieritas mendapatkan hasil nilai tolerance lebih besar dari 0,1 sedangkan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian dapat diketahui bahwa model regresi dalam penelitian ini terhindar dari gejala multikolinieritas. Uji Heteroskedastisitas mendapatkan hasil titik-titik menyebar secara acak dan tidak ada kecenderungan untuk membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Lalu, uji Autokorelasi mendapatkan hasil  $dL= 1,6523$  dan  $dU= 1,7262$ . Dengan demikian  $DU < DW < 4-DU$  maka  $H_0$  diterima atau tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda. Pada penelitian ini mendapatkan hasil Nilai konstanta sebesar 3,430 yakni tanpa adanya kualitas produk dan inovasi produk, nilai variabel minat beli tetap konstan, Variabel kualitas produk memperoleh nilai koefisien sebesar 0,394 dengan nilai positif yakni setiap kenaikan satu satuan

variabel kualitas produk akan berdampak pada kenaikan variabel minat beli, Variabel inovasi produk memperoleh nilai koefisien sebesar 0,550 dengan nilai positif yakni setiap kenaikan satu satuan variabel inovasi produk akan berdampak pada kenaikan variabel minat beli.

Uji Hipotesis. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25 dengan 4 metode. Metode uji parsial mendapatkan hasil Variabel kualitas produk memperoleh nilai thitung sebesar 5,496 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan untuk Variabel inovasi produk memperoleh nilai thitung sebesar 5,915 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Metode uji simultan mendapatkan hasil nilai Fhitung sebesar 48,994 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Metode uji koefisien korelasi berganda (R) mendapatkan hasil nilai R sebesar 0,691 atau 69,1%. Artinya naik turunnya variabel minat beli, dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan inovasi produk sebesar 69,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Metode uji R2 mendapatkan hasil nilai R Square sebesar 0,478 atau sebesar 47,8%. Artinya naik turunnya variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan inovasi produk sebesar 47,8%, sedangkan sisanya dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected Item-Total Correlation
Kualitas produk (X1)	X1.1	0,463
	X1.2	0,554
	X1.3	0,526
	X1.4	0,396
Inovasi produk (X2)	X2.1	0,663
	X2.2	0,709
	X2.3	0,480
Minat beli (Y)	Y1.1	0,556
	Y1.2	0,856
	Y1.3	0,794
	Y1.4	0,660

Sumber: Hasil Output SPSS (2026)

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh kualitas produk dan inovasi produk kuliner terhadap minat beli kaum milenial khususnya kuliner tradisional gulai. Penelitian ini penting diteliti karena begitu banyaknya karakteristik tersendiri pada konsumen sehingga membuat perusahaan terkadang mengalami kesulitan dalam memonitor, memahami dan menganalisis perilaku konsumen secara tepat dan benar sedangkan, kunci dari berhasilnya perusahaan adalah di mana produk mampu adaptasi pada perubahan konsumen dan masyarakat (Waluyo et al., 2021). Perusahaan melakukan inovasi produk sehingga mampu memaksimalkan

pilihan, manfaat atau nilai dianggap sebagai upaya untuk mempertahankan keunggulan bersaing.

Pada hipotesis 1 (H1), kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli, hipotesis diterima. Hal ini dikarenakan Warung Sate Tambak Segaran dalam memenuhi kebutuhan konsumen juga menyediakan berbagai pilihan menu selain menu utama yaitu gulai. Hal ini dilakukan pihak pengelola warung, agar masyarakat yang berkunjung memiliki banyak pilihan dan tidak bosan dengan menu tersedia.

Pada hipotesis 2 (H2), inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli, sehingga hipotesis diterima. Hal ini dikarenakan dengan adanya menu gulai Warung Sate Tambak Segaran merupakan produk tambahan. Menu gulai merupakan menu tradisional yang disediakan pengelola bagi pecinta gulai. Tidak semua masyarakat menyukai masalah gulai, tapi bagi beberapa kalangan gulai menjadi masakan yang special karena cita rasanya yang khas.

Implikasi manajerial dalam penelitian ini yaitu kualitas produk terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Oleh karena itu sangat penting bagi pengelola Warung Sate Tabak Segaran untuk memperhatikan setiap menu yang ditawarkan kepada konsumen dan pengelola juga harus melakukan inovasi produk dengan menambah menu-menu baru. Keterbatasan penelitian ini yaitu teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner secara online, sehingga peneliti tidak bisa memastikan responden membaca dengan teliti setiap pernyataan dalam kuesioner. Selain itu, keterbatasan penelitian ada pada jumlah sampel yang digunakan yaitu berjumlah 110 responden.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Simpulan pada penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli kaum milenial khususnya kuliner tradisional gulai pada warung sate tambak segaran, di mana semakin baik kualitas makanan yang ditawarkan di warung sate tambak segaran maka minat beli akan semakin tinggi dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli kaum milenial khususnya kuliner tradisional gulai pada warung sate tambak segaran, di mana semakin tinggi inovasi dari menu-menu warung sate tambak segaran maka minat beli akan semakin tinggi. Adapun saran pada penelitian ini yaitu bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema atau topik sejenis, dapat menambahkan jumlah sampel karena pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan hanya pada kisaran jumlah 110 responden. Selain itu, dapat menambahkan variabel lain selain kualitas produk dan inovasi produk seperti variabel harga, mengingat naik turunnya variabel minat beli dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan invasi produk sebesar 47,8%.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Astuti, M., & Matondang, N. (2020). Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media. Deepublish.

- Djodjobo, C. V., & Tawas, H. N. (2014). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Nasi Kuning di Kota Manado. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1214–1224.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Deepublish.
- Foster, B., & Johansyah, M. D. (2019). The effect of product quality and price on buying interest with risk as intervening variables (study on Lazada.com site users). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(12).
- Gani, A., & Hillebrandes Oroh, A. N. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v5i5.8803>
- Haqiqi, N., & Adji, W. H. (2021). Konsumen Di Perkebunan Sayuran Andritani Farm. *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA ( Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi )*, 5(3), 717–729. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss3.pp717-729>
- Haryanto, R. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori dan Praktik)*. Duta Media Publishing.
- Heij, C. V., Volberda, H. W., Van den Bosch, F. A. J., & Hollen, R. M. A. (2020). How to leverage the impact of R&D on product innovation? The moderating effect of management innovation. *R and D Management*, 50(2). <https://doi.org/10.1111/radm.12396>
- Krisna, A., Agus, Adetiya, L., Nur, F., Marina, & Shodikin, R. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Media Sains Indonesia.
- Mulianingsih, S., Hutajulu, D., & Wahyuningroem, R. (2022). Analisis Pengaruh Virtual Expo dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk UMKM “Mapan Kuliner” Depok. *Jurnal Sosial Teknologi*, 2(3). <https://doi.org/10.36418/journalsostech.v2i3.305>
- Nurjaya, N., Affandi, A., Erlangga, H., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2021). The Effect of Product Promotion and Innovation Activities on Marketing Performance in Middle Small Micro Enterprises in Cianjur. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI- Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1). <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1636>
- Nurmawati. (2018). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. MNC Publishing.
- Pandey, R., Reddy, L. S., Chaudary, V., Widyawati, V. T., Sin, L. G., Bin Mohd Ghazali, M. K. A., Kee, D. M. H., Bin Ibrahim, M. F., Bin Ahmad Fadzeil, M. Z., & Binti Mohamed, N. A. (2021). Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia). *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, 4(1). <https://doi.org/10.32535/ijafap.v4i1.1034>
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS: Untuk Mahasiswa, Dosen dan Praktis*. CV Wade Group.
- Rahmawan, G. (2021). *Riset Populer Pemasaran Jilid 1*. Media Sains Indonesia.

- Samidi. (2021). Model Bisnis dalam Meningkatkan Nilai Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMD). PT Nasya Expanding Management.
- Santoso, S. (2018). Mahir Statistik Multivariat dengan SPSS. Elex Media Komputindo.
- Sari, D. A. T. (2020). Role of consumer satisfaction in mediating effect of product quality on repurchase intention. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*.  
<https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.839>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo*, 8(1), 147–155.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Performa*, 2(1).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (23rd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D. Alfabeta.
- Suyono. (2018). Analisis Regresi untuk Penelitian. Deepublish.
- Tohardi, A. (2021). Kewirausahaan. Nas Media Pustaka.
- Waluyo, E., Yahya, Perdana, A. W., Ma'rifat, T. N., Andriani, R. D., & Sabaisman, I. (2021). Inovasi dan Pengembangan Produk. UB Press.
- Wijaya, W. (2017). Analisa Pengaruh Kualitas Makanan terhadap Kepuasan Konsumen di Yoshinoya Galaxy Mall Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 581–594