

**PENGARUH SELERA DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
MASYARAKAT PASCA RELOKASI USAHA DI PASAR
KULINER KOTA SUNGAI PENUH**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar sarjana ekonomi



DISUSUN OLEH :

**ILHAM NUR AKBAR
1710612010285**

DOSEN PEMBIMBING :

**EDIA SATRIA, S.E.,M.M
1002108501**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KEINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2024**

ABSTRAK

“Pengaruh Selera dan Harga terhadap Minat Beli Masyarakat Pasca Relokasi Usaha di Pasar Kuliner Kota Sungai Penuh”. Skripsi. Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci.

Ilham Nur Akbar¹⁾

Edia Satria, S.E, M.M²⁾

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh relokasi usaha di pasar kuliner Kota Sungai Penuh yang berpengaruh terhadap minat beli dan tentunya pendapatan yang diperoleh pedagang itu sendiri. Banyaknya masyarakat atau konsumen terutama anak-anak muda yang lebih tertarik untuk berbelanja di *cafe-cafe* sekitar sungai penuh dengan harga yang tidak jauh berbeda dari pasar kuliner Sungai Penuh dan ditambah dengan selera masyarakat atau konsumen yang lebih menyukai makanan kekinian atau makanan yang berorientasi khas luar daerah yang tersedia di *café-café* di Sungai Penuh. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh selera dan harga terhadap minat beli masyarakat pasca relokasi usaha di pasar kuliner kota sungai penuh.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif dan regresi. Populasi penelitian yaitu semua konsumen atau masyarakat Kota Sungai Penuh yang berbelanja di Pasar Kuliner Kota Sungai Penuh. Penarikan sampel menggunakan teknik *sampling non probability* dengan metode *accidental* sampling yaitu pengambilan anggota sampel dengan menentukan konsumen yang akan diteliti, dalam penelitian sampel diambil sebesar 60 orang yang berada pada pasar kuliner kota Sungai Penuh. Penentuan besarnya ukuran sampel yang diukur menggunakan pedoman sampel minimal yaitu 20 kali atau lebih jumlah variabel. Pengumpulan data dengan menggunakan model skala *likert*. Pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y dilihat dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 20.

Berdasarkan Hasil penelitian mengungkapkan: (1) selera masyarakat berada pada kategori tidak setuju dengan frekuensi 48 dan persentase 80%, (2) harga menurut masyarakat berada pada kategori setuju dengan frekuensi 42 dan persentase 70%, (3) terdapat pengaruh selera dan harga terhadap minat beli di pasar kuliner kota sungai penuh pasca relokasi. Dengan kualitas produk yang dihasilkan dan harga harus seimbang serta menyesuaikan dengan selera pembeli, dan untuk pemerintah yang perlu diperhatikan bagi relokasi usaha adalah kualitas kenyamanan dan kebersihan terlebih bagi pedagang makanan atau kuliner.

Kata Kunci: Selera, Harga, Minat Beli

ABSTRACT

"The Influence of Taste and Price on People's Buying Interest After Business Relocation in the Culinary Market of Sungai Penuh City". Thesis. Management Study Program Marketing Concentration Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci.

***Ilham Nur Akbar¹⁾
Edia Satria, S.E, M.M²⁾***

This research was motivated by the relocation of businesses in the culinary market in Sungai Banyak City which affected buying interest and of course the income earned by the traders themselves. Many people or consumers, especially young people, are more interested in shopping at cafes around Sungai Banyak with prices that are not much different from the Sungai Penuh culinary market and coupled with the tastes of people or consumers who prefer contemporary food or foreign-oriented food. areas available in cafes in Sungai Penuh. This research aims to see how taste and price influence people's buying interest after business relocation in the culinary market of Sungai Penuh City.

The research methods used are descriptive and regression. The research population is all consumers or residents of Sungai Banyak City who shop at the Sungai Full City Culinary Market. Sampling used a non-probability sampling technique with an accidental sampling method, namely taking sample members by determining the consumers who would be studied. In this research, the sample was taken from 60 people who were in the culinary market in Sungai Penuh city. Determining the sample size measured using a minimum sample guideline of 20 or more times the number of variables. Data collection using the Likert scale model. The influence of variables X1 and X2 on Y is seen using multiple regression analysis with the help of SPSS version 20.

Based on the research results, it is revealed: (1) people's tastes are in the neutral category with a frequency of 48 and a percentage of 80%, (2) prices according to the public are in the agree category with a frequency of 42 and a percentage of 70%, (3) there is an influence of taste and price on buying interest in the Sungai Full City culinary market after relocation. The quality of the products produced and the prices must be balanced and adjusted to the tastes of buyers, and what the government needs to pay attention to when relocating businesses is the quality of comfort and cleanliness, especially for food or culinary traders.

Keywords: Taste, Price, Buying Interest