

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari^{1*}, Dhita Paramita Anggraini²

¹Program Studi D3 Perhotelan, Diploma Kepariwisataaan, Universitas Merdeka Malang
Jl. Bandung No. 1, Kota Malang Jawa Timur, Indonesia

²Program Studi D4 Destinasi Wisata, Diploma Kepariwisataaan, Universitas Merdeka Malang
Jl. Bandung No. 1, Kota Malang Jawa Timur, Indonesia

dhita.anggraini@unmer.ac.id

* Corresponding author

Received: Juli, 2024

Accepted: November, 2024

Published: Desember, 2024

Abstract

Colony Restaurant is a unique and interesting restaurant located in the city of Malang. The purpose of this research is to determine and analyze the influence of flavor in food and price on purchasing interest at The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang. This research is explanatory research using quantitative research. The research population consisted of guests visiting the Colony Restaurant Hotel Tugu Malang and the sample size was 100 people. The data collection method used in this research is a questionnaire and the data analysis methods are validity/reliability testing, classical hypothesis testing, multiple regression testing, and hypothesis testing. The results of this research show that the flavor variable in food has a partially significant influence on purchasing interest at The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang, and price has a partially significant influence on purchasing interest at The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang. The results of this research analysis show that the flavor variables in food and price simultaneously have a significant influence on purchasing interest at The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang.

Keywords: Food flavor, price, and purchase intention

Abstrak

Restoran Colony merupakan sebuah restoran unik dan menarik yang terletak di kota Malang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh flavor pada makanan dan harga terhadap minat beli pada The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang. Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatori dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian terdiri dari tamu yang berkunjung ke Colony Restaurant Hotel Tugu Malang dan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan metode analisis datanya adalah uji

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

validitas/reliabilitas, uji hipotesis klasik, uji regresi berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel flavor pada makanan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli pada The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang, dan harga mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli pada The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel flavor pada makanan dan harga secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang.

Kata kunci: Flavor pada makanan, harga, dan minat beli

1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata memegang peran krusial dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Guna menyediakan pekerjaan, sektor pariwisata mendukung dalam upaya memaksimalkan pendapatan dan pertumbuhan sektor produksi. Pariwisata bukan hanya sekadar memperkenalkan keindahan alam dan kekayaan budaya suatu daerah, tetapi juga menjadi jendela bagi modernisasi yang terus berkembang (Hoffman D, 2019). Di tengah dinamika ini, penting untuk mengamati bagaimana minat beli, terutama terkait dengan flavor pada makanan dan harga di hotel dan restoran. Salah satu contoh yang menarik untuk diperhatikan adalah *The Colony Restaurant* di Hotel Tugu Malang, sebuah hotel yang terkenal di Kota Malang, Jawa Timur. Restoran ini menonjolkan suasana kuno yang unik, sekaligus menawarkan beragam masakan, termasuk masakan Eropa, Chinese, dan Indonesia. Namun, di balik keunikan dan keragaman ini, tetap saja terdapat tantangan dalam memastikan minat beli yang konsisten.

Dalam konteks ini, permasalahan yang timbul adalah bagaimana memahamidan meningkatkan minat beli pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*, khususnya terkait dengan pengaruh flavor pada makanan dan harga. Meskipun konsep dasar penetapan harga dan flavor pada makanan tetap relevan, penting untuk mengevaluasi secara sistematis bagaimana faktor-faktor ini berperan dalam menciptakan pengalaman yang dapat menciptakan minat beli (Reny, 2023). Penelitian ini berupaya menjawab tantangan tersebut dengan mengembangkan kerangka penyelesaian masalah yang jelas dan terukur. Dengan melihat tinjauan pustaka yang relevan, akan dikaji konsep-konsep kunci seperti penetapan harga, flavor pada makanan dan minat beli pelanggan. Hasil penelitian Rahadian (2022) dan (Liana et al., 2023) menunjukkan bahwa *flavor* pada makanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.

Dengan menggunakan alur logika deduktif, penelitian ini akan mengusulkan solusi yang dapat diterapkan untuk mempengaruhi minat beli tamu di *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*. Melalui analisis yang teliti, akan diidentifikasi keterkaitan antara flavor pada makanan, harga dan minat beli serta dicari cara terbaik untuk memperbaiki dan mengoptimalkan setiap aspek. Paparan informasi dari sumber pustaka akan mendukung kevalidan dan relevansi dari objek kajian ini. Dengan memastikan bahwa landasan konseptual yang digunakan selaras dengan perkembangan terkini dalam industri pariwisata, hasil penelitian dapat memberikan masukan dalam memberikan pemahaman mengenai kondisi yang terjadi di lapangan sesuai dengan topik penelitian. Penutup pendahuluan ini juga akan menguraikan mengenai upaya-upaya yang dapat dilakukan sebagai bentuk pengelolaan yang baik sebagai upaya mempengaruhi minat beli tamu hotel. Penelitian ini dilakukan juga sebagai dalam upaya meningkatkan pengalaman tamu di industri pariwisata, khususnya di *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*.

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

2. METODE PENELITIAN

Survei dilakukan di *The Colony Restaurant*, sebuah restoran yang terletak di dalam Hotel Tugu Malang. Restoran menyajikan sarapan, makan siang, dan makan malam, dan juga menawarkan layanan kamar 24 jam. Colony Restaurant terkenal dengan menu yang unik, terutama saat sarapan, saat semua tamu berkumpul. Sejalan dengan konsep Hotel Tugu Malang tentang seni, jiwa, dan romansa Indonesia, harga para pelayannya juga dikenal ramah, fleksibel, dan cekatan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, artinya menggunakan uji statistik untuk melakukan analisis data. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel yang menyebabkan perubahan pada variabel dependen (Sugiyono, 2021), dalam hal ini adalah flavor makanan dan harga. Sedangkan variabel dependen penelitian ini adalah minat beli hotel. Definisi operasional penelitian dan uraian indikator variabel yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 1 : Definisi Operasional dan Indikator Variabel
(Sumber: Data Primer Diolah, 2024)

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Sumber
Flavor Pada Makanan (X1)	Flavor merupakan jenis bahan tambahan makanan yang diberikan atau ditambahkan agar cita rasa menjadi lebih baik dan pemberian flavor tersebut tidak dapat dikonsumsi secara langsung dan bukan menjadi bahan baku makanan utama.	1. Bau 2. Penampakan 3. Rangsangan Mulut 4. Rasa 5. Tekstur	Wahidah, (2010)
Harga (X2)	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang ditawarkan pihak hotel.	1. Keterjangkaun harga 2. Daya saing harga 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Potongan hara	Kotler dan Amstrong, (2018)
Minat beli (Y)	Minat beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial Minat Eksploratif	

Instrument penelitian menurut Thabroni (2021) yaitu alat atau media yang digunakan untuk pengumpulan, pengukuran dan pengolahan data terhadap sikap dan

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

pendapat selama proses penelitian fenomena alam atau sosial yang sedang terjadi. Penjabaran suatu variabel sebagai indikator yang nantinya akan digunakan untuk pembentukan pernyataan dan pertanyaan (Gozali, 2021).

Tabel 2: Instrumen Penelitian
(Sumber: Data Primer Diolah, 2024)

No	Variabel	Indikator	Pernyataan
1.	Flavor Pada Makanan (X1)	1. Bau	1. Makanan yang disajikan memiliki bau yang fresh atau segar 2. Makanan yang disajikan tidak memiliki bau basi
		2. Penampakan	1. Makanan yang disajikan memiliki ciri khas yang sesuai dengan deskripsi menu 2. Makanan yang disajikan memiliki ciri khas sesuai gambar atau foto yang ada pada daftar menu
		3. Rangsangan Mulut	1. Makanan yang disajikan memiliki aroma yang nikmat dan lezat 2. Aroma makanan menggugah selera makan tamu
		4. Rasa	1. Rasa makanan lezat (nikmat) 2. Rasa makanan sesuai dengan harapan tamu
		5. Tekstur	1. Makanan dan minuman memiliki tekstur yang bagus 2. Makanan dan minuman memiliki bentuk yang sesuai dengan menu
2.	Harga (X2)	1. Keterjangkaun harga	1. Harga makanan dan minuman pada The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang terjangkau
		2. Daya saing harga	2. Harga makanan dan minuman pada The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang memiliki daya saing dengan produk sejenis
		3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	3. Harga makanan dan minuman pada The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang sesuai dengan kualitas
		4. Potongan harga	4. The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang memberikan potongan harga.
3.	Minat Beli (Y)	1. Minat Transaksional	1. Tertarik untuk membeli makanan dan minuman karena tersedia banyak variasi menu
		2. Minat Referensial	2. Bersedia merekomendasikan makanan dan minuman kepada orang lain
		3. Minat Preferensial	3. Memilih makanan dan minuman dalam memenuhi kebutuhan
		4. Minat	4. Menu yang ditawarkan lebih menarik perhatian
		5. Eksploratif	5. Informasi produk makanan dan minuman dari orang yang telah membeli 5. Tertarik untuk membeli setelah mendapat informasi dari teman atau kerabat

Populasi menurut Hidayat A. (2012) merupakan keseluruhan data dari total nilai yang berasal dari orang, kelompok, kumpulan, dan organisasi dari suatu wilayah tertentu dalam ruang dan waktu yang bersamaan dan digunakan sebagai subyek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah para tamu hotel *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang* dalam periode Agustus 2023 – Januari 2024 total 5.974 kunjungan tamu dengan rincian sebagai berikut:

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

Tabel 3. Jumlah kunjungan *The Colony Restaurant*
(Sumber: Data Primer Diolah, 2024)

No.	Bulan	Jumlah Tamu
1	Agustus	864
2	September	1096
3	Oktober	1015
4	November	786
5	Desember	1085
6	Januari	1128
Total		5974

Pada penelitian ini sampel penelitian adalah sebagian dari tamu yang berkunjung ke *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang* dalam rentang waktu Agustus 2023 hingga Januari 2024. Sampel digunakan untuk melakukan efisiensi dalam penggunaan penelitian. Pengambilan sampel menggunakan metode random sampling, yang memberikan kesempatan bagi semua objek dalam populasi untuk berpartisipasi dalam penelitian. Dengan demikian, diharapkan sampel yang dipilih dapat mencerminkan keseluruhan populasi. Jumlah sampel ditetapkan dengan rumus Slovin. Hasil perhitungan, jumlah responden survei ini sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner kepada para tamu *Restoran The Colony Tugu Malang*, yang tanggapannya terkait dengan survei, observasi, dan pencatatan yang dilakukan. Data sekunder diperoleh dari penelitian literatur, majalah, dan sumber internet, termasuk data replikasi dari Restoran Colony Hotel Tugu Malang. Proses pengumpulan data merupakan langkah penting dalam penelitian, karena menjadi dasar hasil yang dicapai. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, dokumentasi, dan angket.

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif dengan menggunakan *software SPSS 25*, dan pengujian yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: Uji analisis regresi berganda: digunakan untuk mendeteksi perubahan dan memprediksi kedua variabel secara independen. atau lebih variabel. Beberapa persamaan regresi linier digunakan untuk memodelkan hubungan antar variabel tersebut. Pengujian hipotesis: Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji simultan (uji F) mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Koefisien uji R-kuadrat: Uji R-kuadrat (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu model menjelaskan variasi data. Nilai R^2 yang mendekati 1 menunjukkan bahwa model tersebut cukup menjelaskan variabilitas data. Adjusted R^2 digunakan untuk mengatasi kelemahan R^2 pada jumlah variabel yang dimasukkan dalam model.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Variabel

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan, maka penjelasan jawaban masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut.

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

Variabel Flavor pada makanan (X1)

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Variabel Flavor pada makanan (X1)
(Sumber: Data Primer Diolah, 2024)

Item	Tanggapan Responden										Rata - rata
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Makanan yang disajikan memiliki bau yang fresh atau segar	1	1	4	4	11	11	19	19	65	65	4,43
2. Makanan yang disajikan tidak memiliki bau basi	0	0	0	0	15	15	31	31	54	54	4,39
3. Makanan yang disajikan memiliki ciri khas yang sesuai dengan deskripsi menu	0	0	2	2	13	13	17	17	68	68	4,51
4. Makanan yang disajikan memiliki ciri khas sesuai gambar atau foto yang ada pada daftar menu	2	2	3	3	11	11	23	23	61	61	4,38
5. Makanan yang disajikan memiliki aroma yang nikmat dan lezat	1	1	4	4	9	9	18	18	68	68	4,48
6. Aroma makanan menggugah selera makan tamu	0	0	1	1	9	9	24	24	66	66	4,55
7. Rasa makanan lezat (nikmat)	1	1	3	3	11	11	20	20	65	65	4,45
8. Rasa makanan sesuai dengan harapan tamu	1	1	2	2	9	9	24	24	64	64	4,48
9. Makanan dan minuman memiliki tekstur yang bagus	1	1	1	1	7	7	23	23	68	68	4,56
10. Makanan dan minuman memiliki bentuk yang sesuai dengan menu	0	0	3	3	8	8	17	17	72	72	4,58

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

Variabel Harga (X2)

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X2)
(Sumber: Data Primer Diolah, 2024)

Item	Tanggapan Responden										Rata - rata
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Harga terjangkau	1	1	1	1	4	4	31	31	63	63	4,54
2. Harga bervariasi	2	2	3	3	5	5	20	20	70	70	4,53
3. Harga sesuai dengan kualitas produk	0	0	1	1	9	9	22	22	68	68	4,57
4. Harga sesuai dengan hasil yang diinginkan	2	2	2	2	17	17	28	28	51	51	4,24
5. Harga yang dapat bersaing dengan produk lain	0	0	4	4	12	12	28	28	56	56	4,36
6. Harga lebih murah dibandingkan dengan produk sejenis	0	0	2	2	12	12	27	27	59	59	4,43
7. Harga sesuai dengan manfaat	4	4	1	1	7	7	20	20	68	68	4,47
8. Harga memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain	1	1	2	2	12	12	19	19	66	66	4,47
9. Potongan harga pada event tertentu	0	0	0	0	13	13	24	24	63	63	4,50
10. Potongan harga menjadikan harga lebih terjangkau	2	2	4	4	17	17	20	20	57	57	4,26

Variabel Minat Beli (Y)

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Variabel Minat beli (Y)
(Sumber: Data Primer Diolah, 2024)

Item	Tanggapan Responden										Rata - rata
	STS		TS		N		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1. Tertarik untuk membeli makanan dan minuman karena tersedia banyak variasi menu	0	0	0	0	9	9	17	17	74	74	4,65
2. Bersedia merekomendasikan makanan dan minuman kepada orang lain	0	0	1	1	11	11	21	21	67	67	4,54

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

3. Memilih makanan dan minuman dalam memenuhi kebutuhan	0	0	3	3	6	6	16	16	75	75	4,63
4. Menu yang ditawarkan lebih menarik perhatian	1	1	2	2	7	7	19	19	71	71	4,57
5. Informasi produk makanan dan minuman dari orang yang telah membeli	1	1	4	4	12	12	19	19	64	64	4,41
6. Tertarik untuk membeli setelah mendapat informasi dari teman atau kerabat	0	0	2	2	7	7	23	23	68	68	4,57
7. Memutuskan untuk membeli setelah mengevaluasi beberapa alternatif	0	0	5	5	12	12	21	21	62	62	4,40
8. Merasa yakin dengan membeli produk	3	3	5	5	17	17	17	17	58	58	4,22

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
(Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2021)

Model	Var	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
(Constant)		-	2,246		-	0,887
		0,319			0,142	
Flavor pada makanan	X1	0,380	0,068	0,423	5,580	<0,001
Harga	X2	0,434	0,066	0,499	6,573	<0,001
<i>Dependent Variable</i>	Minat beli (Y)					
R ²	0,733					
F hitung	133,250					
Probability	0,000					
<i>Line Equation</i>	$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$					
<i>Result</i>	$Y = 0,319 + 0,380X_1 + 0,434X_2 + e$					

Hasil uji regresi linier berganda yang dilakukan menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut: Diartikan $Y = 2,401 + 0,214X_1 + 0,302X_2$:

1. Nilai pengaruh variabel flavor pada makanan terhadap minat beliyaitusebesar 0,380 dengan koefisien arah positif, artinya dengan semakin baik flavor pada makanan maka minat beli akan mengalami peningkatan.

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

2. Nilai pengaruh variabel harga terhadap minat beli yaitu sebesar 0,434 dengan koefisien arah positif, artinya dengan semakin baik harga maka minat beli akan mengalami peningkatan.

Uji Hipotesis Uji t (Parsial)

Hasil uji secara parsial dalam penelitian ini dapat disajikan pada Tabel 8

Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)
(Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2021)

Variabel	T Hitung	Sig.
Flavor pada makanan	5,580	0,001
Harga	6,573	0,001

1) Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini terbukti diterima yang menyatakan Hipotesis kedua dalam penelitian ini terbukti diterima yang menyatakan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli

2) Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua dalam penelitian ini terbukti diterima yang menyatakan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk melakukan pengujian secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat dan hasil uji dapat disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji F (Simultan)
(Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2021)

F Tabel	F Hitung	Sig
3,09	133,250	0,001

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa secara simultan variabel flavor pada makanan dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli sehingga hipotesis ketiga terbukti diterima

Uji Koefisien Determinasi (Uji R)

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R)
(Sumber: Data Primer Diolah SPSS 2021)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,856	0,733	0,728

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *customized R-squared* sebesar 0,728. Artinya model penelitian dapat menjelaskan pengaruh variabel makanan dan harga terhadap minat beliyaitu sebesar 73,3%, sedangkan sisanya sebesar 26,7% dipengaruhi oleh: variabel lain selain variabel rasa makanan, dan harga.

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant Hotel Tugu Malang*

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh Flavor pada makanan dan Harga terhadap Minat beli
Terdapat pengaruh secara signifikan antara flavor pada makanan dan harga terhadap minat beli yang ditunjukkan dengan nilai F_{hitung} sebesar 98,864.
2. Pengaruh Flavor pada makanan terhadap Minat beli
Flavor pada makanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,580.
3. Pengaruh Harga terhadap Minat beli
Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dengan nilai t_{hitung} sebesar 6,573.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Secara parsial flavor pada makanan berpengaruh terhadap minat beli, artinya dengan semakin baiknya flavor pada makanan akan meningkatkan minat beli para tamu hotel
2. Secara parsial harga berpengaruh terhadap minat beli, artinya dengan semakin baiknya harga akan meningkatkan minat beli para tamu hotel
3. Hasil uji secara simultan dapat diketahui bahwa flavor pada makanan dan harga

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Bagian ini penulis dapat menyampaikan ucapan terima kasih atau penghargaan pada narasumber atau penyandang dana riset dan/atau pihak lain yang berperan penting dalam penulisan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimul, A., & Hidayat. (2012). *Pengantar Kebutuhan Dasar Manusia: Aplikasi Konsep dan Proses Keperawatan*. (D. Sjabana, Ed.) (1st ed.). Jakarta: Salemba Medik
- Bates, J. EG, dan Hoffman D (2019). *Pengelolaan Pemasaran Jasa: Naskah dan Bacaan*. Orlando: Penerbit Dryden Press Harcourt Brace College.
- Gamal Thabroni (2021) Web Metode Penelitian Deskriptif : Pengertian, Langkah & Macam (Online) https://www.google.co.id/amp/s/serupa.id/metode_penelitiandeskriptif
- Gozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat Menggunakan Program IBM SPSS 25* (edisi ke-9). Pers Universitas Diponegoro
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran* Jilid I. Erlangga. Jakarta
- Liana, A., Wahyuni, A., Mahardika, D., & F. Sanjaya, V. (2023). PENGARUH LOKASI USAHA, CITA RASA, DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 127-150.
- Puspitasari, Reny (2023), Pengaruh variasi menu, harga dan suasana tempat terhadap loyalitas pelanggan di Batavia Resto Maran, *International Conference on Hospitality and Tourism Research (Icon Host)*.
- Rahadian, A (2023) Pengaruh Harga, Cita Rasa dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Pisang Lumpur Lumere Di Surabaya, *Jurnal Dinamika Admistrasi Bisnis, Vol.8 No.2*
- Sugiyono, (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan penelitian pengembangan*. Bandung: Afabeta.

Flavor Pada Makanan Dan Harga Dengan Metode Regresi Linear Berganda Dalam Prediksi Minat Beli Pada *The Colony Restaurant* Hotel Tugu Malang

Reny Puspitasari, Dhita Paramita Anggraini

Wahidah, N. (2010). Komponen - Komponen yang Memengaruhi Cita Rasa Bahan Pangan. <http://www.idazweek.co.cc/> 2010/02/komponen_komponenyangmemengaruhi-cita.html.