



Pengaruh Kualitas Produk Jajanan Tradisional terhadap Minat Beli Gen Z di Pasar Penuin Kota Batam

<u>INFO PENULIS</u>	<u>INFO ARTIKEL</u>
Winie Ismanto Politeknik Pariwisata Batam ismantowinnie@gmail.com	ISSN: 2808-1307 Vol. 4, No. 3, Desember 2024 https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh
Syafuruddin Rais Politeknik Pariwisata Batam rais@btp.ac.id	

© 2024 Arden Jaya Publisher All rights reserved

Saran Penulisan Referensi:

Ismanto, W., & Rais, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Jajanan Tradisional terhadap Minat Beli Gen Z di Pasar Penuin Kota Batam. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4 (3), 2307-2318.

Abstrak

Indonesia merupakan negara yang kaya akan kuliner dan warisan budaya, salah satunya adalah jajanan tradisional. Jajanan tradisional kerap ditemui di pasar tradisional. Pada penelitian ini, dilakukan studi kasus pada Pasar Penuin Batam sebagai tempat penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Gen Z jajanan tradisional di Kota Batam. Studi ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pembeli jajanan tradisional di Pasar Penuin yang berusia 13-27 tahun. Total sampel yang digunakan adalah 100 responden, pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling dengan metode purposive sampling. Pengolahan data dilakukan dengan aplikasi IBM SPSS Statistics 19. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan bernilai positif terhadap minat beli Gen Z jajanan tradisional di Kota Batam, khususnya di Pasar Penuin.

Kata Kunci: kualitas produk, minat beli, jajanan tradisional, Gen Z, Pasar Penuin

Abstract

Indonesia is a country rich in culinary and cultural heritage, one of which is traditional snacks. Traditional snacks are often found in traditional markets. In this study, a case study was carried out on the Batam Penuin Market as a research site. This study aims to find out how product quality affects the buying interest of Gen Z traditional snacks in Batam City. This study uses a quantitative method. The population in this study is traditional snack buyers at Penuin Market aged 13-27 years. The total sample used was 100 respondents, sampling using nonprobability sampling technique with the purposive sampling method. Data processing was carried out with the IBM SPSS Statistics 19 application. The results of this study show that product quality has a significant influence and has a positive value on Gen Z's interest in buying traditional snacks in Batam City, especially at Penuin Market.

Key Words: food quality, buying interest, traditional snacks, Gen Z, Penuin Market

A. Pendahuluan

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki kekayaan kuliner dan warisan budaya yang beragam, salah satunya adalah jajanan tradisional. Jajanan tradisional, baik yang asin ataupun manis, umumnya dibuat tanpa pengawet dan menggunakan bahan-bahan alami. Pedagang jajanan tradisional sering kali membuat jajanan ini langsung di hadapan konsumen agar tetap terjaga kualitasnya, contohnya kue putu bambu dan kerak telur (Oktaviani, 2017). Setiap daerah memiliki jajanan lokal tradisional yang berbeda, namun sering ditemukan produk yang sama tetapi dengan nama yang berbeda. Berbagai jajanan tradisional sering dijumpai sebagai "camilan" dalam acara jamuan dari berbagai kalangan masyarakat. Selain dijual secara bebas di pasar tradisional, jajanan tradisional ini kerap ditemui di supermarket atau mall. Melihat nilai historis dan kuliner dari jajanan ini, penting untuk mempertimbangkan cara untuk melestarikan jajanan tradisional di tengah perubahan tren konsumsi generasi muda, khususnya Gen Z yang telah dipengaruhi oleh modernisasi dan digitalisasi agar tetap dapat dinikmati oleh generasi selanjutnya di masa mendatang (Nahak, 2019).

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, tren konsumsi masyarakat, terutama di kalangan generasi muda, mengalami perubahan signifikan. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai kelompok yang lahir di era digital. Mereka cenderung lebih memilih produk-produk yang inovatif dan memiliki nilai unik (Warren et al., 2024). Di tengah kemajuan teknologi, media sosial, dan tren global, preferensi serta gaya hidup Gen Z, bahkan dalam hal memilih makanan juga mengalami perubahan. Gen Z mengutamakan aspek visual, inovasi, kemasan yang menarik, rasa, serta aksesibilitas produk (Smith & Yamakawa, 2020) yang membuat mereka cenderung memilih produk yang berbeda. Penelitian oleh (Akhmadi & Afif Rasyid Alfathah, 2021) dapat membuktikan betapa pentingnya aksesibilitas produk, terutama bagi para Gen Z yang sering melakukan transaksi jual-beli makanan melalui aplikasi online seperti Grabfood ataupun Gofood. Adapun penelitian yang dilakukan oleh (Ulita et al., 2024) menunjukkan bahwa preferensi makanan Gen Z berubah menjadi healthy food dimulai sejak COVID melanda, mulai dari tahun 2020 sampai tahun 2022. Kecenderungan ini menjadi tantangan tersendiri bagi produk jajanan tradisional yang seringkali kalah saing dalam aspek inovasi, visual dan aksesibilitas produk. Hal tersebut berdampak pada menurunnya minat para Gen Z untuk membeli makanan tradisional khas Indonesia.

Kota Batam merupakan salah satu kota dengan perkembangan pesat dan berbudaya Melayu yang kental (Danuwidjojo et al., 2021). Salah satu pasar tradisional terbesar di Batam adalah Pasar Penuin. Tidak hanya menjual bahan pokok makanan, pasar ini juga menjajakan berbagai jenis jajanan tradisional (TripCetera, 2024). Tingginya kunjungan para wisatawan ataupun warga lokal membuat Pasar Penuin menjadi tempat yang wajib dikunjungi di Kota Batam, terutama bagi para pecinta makanan tradisional (Tan, 2020). Penelitian ini hanya berfokus pada 5 jenis jajanan tradisional, yaitu : dadar gulung, talem ketan pandan, kue lupis, lemper, dan bolu kukus. Penulis menjadikan Gen Z sebagai objek penelitian karena kurangnya minat Gen Z dalam membeli dan mengonsumsi jajanan tradisional, dan pernyataan ini berbanding lurus dengan data hasil wawancara dengan penjual yang menyatakan bahwa lebih banyak masyarakat berumur 30 tahun ke atas yang membeli jajanan tradisional. Berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara langsung dengan pedagang jajanan tradisional di Pasar Penuin, didapatkan jumlah pengunjung sebanyak 30 sampai 40 orang setiap weekday, dan 40-50 orang pada hari weekend. Kualitas yang baik tetap menjadi faktor utama yang menarik perhatian konsumen, terlepas dari harga dan ketersediaan stok. Ini juga membantu meningkatkan kepercayaan mereka terhadap produk tersebut. Selain itu, semakin tingginya kesadaran akan kesehatan juga membuat masyarakat lebih memilih jajanan yang terbuat dari bahan alami dan tanpa pengawet. Meskipun ada kecenderungan untuk memilih produk modern, kualitas produk tradisional tetap relevan dan menjadi pertimbangan bagi konsumen pada kalangan Gen Z.



Gambar 1. Pasar Penuin, Batam
Sumber : Dokumentasi Peneliti (2024)



Gambar 2. Kios Jajanan Tradisional
Sumber : Dokumentasi Peneliti (2024)

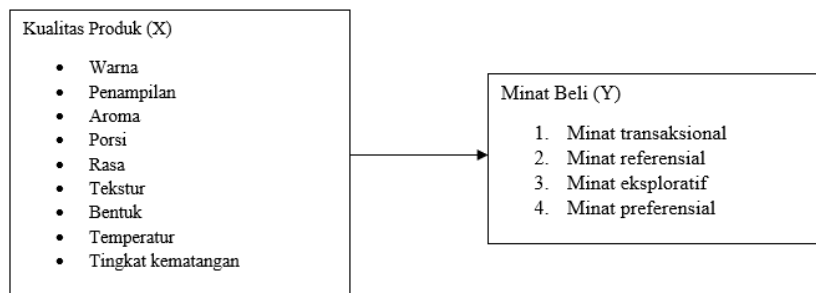
Produk menurut (Kotler & Keller, 2009) didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dinilai atau dikonsumsi, sehingga muncul rasa puas atas kebutuhan atau keinginan tertentu. Kualitas makanan menurut (Potter & Hotchkiss, 2012) mencakup rasa penampilan, kandungan nutrisi, dan rasa. Kualitas makanan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan daya saing di industri kuliner dan mempengaruhi minat beli konsumen. Menurut (Kotler & Keller, 2016), kualitas produk mencakup berbagai aspek seperti kualitas bahan, rasa, kemasan, serta daya tahan produk. Menurut Gaman dan Sherrington (1996); Jones (2000); West, Wood dan Harger (2006) dalam (Siti Reisa Salsabila, 2023) secara garis besar, kualitas makanan ditentukan dari 9 indikator, yaitu : warna yang tidak pucat, rasa (manis, asam, asin, pahit), penampilan, bentuk, porsi (berat dari makanan sesuai standar penyajian) , aroma, tekstur, temperatur, dan tingkat kematangan.



Gambar 3. Jajanan tradisional di Pasar Penuin, Batam
Sumber : Penulis (2024)

Tjiptono menyatakan bahwa minat beli mencerminkan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk tertentu (Tjiptono, 2015). Minat beli menurut (Kotler & Keller, 2016) adalah perilaku yang timbul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan harapan konsumen untuk melakukan pembelian. Indikator minat beli terbagi menjadi 4 macam menurut Ferdinand dalam (Saputro & Widyastuti, 2022), yakni : a) Minat transaksional : kecenderungan individu untuk membeli suatu produk, b) Minat referensial : kecenderungan individu untuk merekomendasikan suatu produk ke individu lain, c) Minat eksploratif : kecenderungan perilaku individu yang selalu mencari informasi atas produk yang diminati untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut, d) Minat preferensial : kecenderungan perilaku individu

yang menjadikan produk tersebut sebagai preferensi utama, akan dapat digantikan apabila preferensi utamanya bermasalah. Berdasarkan pernyataan dari para ahli, maka peneliti menggunakan indikator dari teori Gaman dan Sherrington (1996); Jones (2000); West, Wood dan Harger (2006) dalam (Siti Reisa Salsabila, 2023) untuk mengukur pengaruh kualitas makanan : a) Warna, b) Penampilan, c) Porsi, d) Rasa, e) Tekstur, f) Bentuk, g) Temperatur, h) Tingkat kematangan.



Gambar 4. Kerangka Berpikir
Sumber : Penulis (2024)

Melihat hasil penelitian terdahulu yang berjudul “Analisis Kualitas Produk Makanan Tradisional Jawa Barat Terhadap Keputusan Wisatawan Di Kota Bandung”, menyatakan bahwa keputusan wisatawan sangat dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk makanan tradisional yang ditawarkan di Kota Bandung (Wibowo, 2023). Kualitas makanan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat beli dan keputusan pembelian (Devi et al., 2020) (Yulinda et al., 2021). Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Wardina & Fuadilah Habib, 2023). Namun, studi yang dilakukan oleh (Christoper & Christian, 2021) menunjukkan bahwa kualitas makanan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat beli makanan tradisional. Berdasarkan penelitian diatas, maka didapatkan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : Tidak adanya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Gen Z Jajanan Tradisional di Kota Batam

H_A : Adanya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Gen Z Jajanan Tradisional di Kota Batam

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan para pelaku usaha jajanan tradisional, khususnya yang berada di Kota Batam dapat menjaga dan meningkatkan kualitas produk mereka untuk mempertahankan relevansi produk tradisional di era modern ini. Meski jajanan tradisional merupakan salah satu warisan budaya kuliner, penelitian yang spesifik mengenai pengaruh kualitas produk pada minat beli dalam konteks kuliner tradisional di Batam masih minim. Penelitian ini akan berfokus di daerah Kecamatan Batam Kota, khususnya di Pasar Penuin. Pengambilan sampel dilaksanakan selama 2 minggu, dimulai dari tanggal 15 September sampai 29 September 2024. Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Gen Z Jajanan Tradisional di Kota Batam”.

B. Metodologi

Penelitian ini ditulis dan dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif. Bertujuan untuk mengetahui korelasi antara variabel X (kualitas produk jajanan tradisional) terhadap variabel Y (minat beli Gen Z) yang penulis teliti dalam penelitian ini.

1. *Research Design*

Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menciptakan penemuan baru yang diperoleh melalui prosedur kuantifikasi atau data statistik (Sujarweni, 2014).

2. *Participants (Population and Sample)*

Populasi adalah suatu wilayah yang terdiri dari subjek atau objek yang memiliki karakteristik dan kualitas yang ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2018). Penelitian ini dilakukan di UMKM jajanan tradisional yang berlokasi di dalam Pasar Penuin. Setelah melalui tahap observasi dan wawancara langsung, didapatkan data populasi dari penjual jajanan tradisional di Pasar Penuin Batam adalah 3.600 orang dalam kurun waktu 3 bulan terakhir. Dalam buku (Sugiyono, 2018) dinyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari

populasi yang sesuai dengan penentu dalam suatu penelitian. Penghitungan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan populasi sebanyak 3.600 orang.

$$n = \frac{N}{(1 + (Ne^2))}$$

- **n:** Jumlah sampel
- **N:** Jumlah populasi
- **e:** Tingkat kesalahan yang diinginkan (dalam bentuk desimal)

Penyelesaian:

$$\begin{aligned} n &= \frac{3.600}{(1 + (3600 * 0.10^2))} \\ n &= \frac{3.600}{(1 + 36)} \\ n &= \frac{3.600}{37} \\ n &= 97,3 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Berdasarkan penghitungan dengan rumus Slovin, didapatkan hasil 97,3 sampel dan dilakukan pembulatan ke atas menjadi 100 responden.

3. *Technique of Data Collection*

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara langsung, dan kuesioner secara online via Google Form.

4. *Instruments*

Instrumen dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator variabel penelitian. Penilaian responden dengan menggunakan Skala Likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, ataupun pendapat dari seseorang atau kelompok tentang suatu fenomena tertentu (Sugiyono, 2018). Dengan skala Likert, maka dalam kuisisioner akan dijabarkan indikator variabel yang akan menjadi tolak ukur dalam menyusun pertanyaan ataupun pernyataan. Lima poin skala likert (Sugiyono, 2018): 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S), 5 = Sangat Setuju (SS). Penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling dengan ketentuan sebagai berikut : 1) Rentang usia responden 13-27 tahun, 2) Pernah membeli jajanan tradisional di Pasar Penuin Batam.

5. *Technique of Data Analysis*

Teknik analisis verifikatif digunakan dalam penelitian ini untuk mencari hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. (Sugiyono, 2017)mengartikan teknik analisis verifikatif sebagai penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan terhadap suatu populasi atau sampel tertentu. Analisis regresi linier digunakan pada penelitian ini untuk menguji seberapa besar pengaruh dari indikator variabel X terhadap variabel Y. Penelitian ini akan dilakukan dan melalui proses pengolahan data dengan bantuan dari aplikasi IBM Statistics 19.

Tiga (3) langkah yang dilakukan dalam analisis verifikatif adalah :

- Pengumpulan Data : mengumpulkan data primer yang relevan dan didapat secara langsung melalui observasi, wawancara langsung dan survei kuisisioner, serta data sekunder yang diperoleh dari teori menurut ahli dan penelitian terdahulu.
- Pengolahan Data : Memastikan seluruh instrumen penelitian valid, reliabel dan mengukur nilai Sig. dari hasil pengolahan data. Data diolah dengan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistics 19.
- Analisis data menggunakan analisis statistik, analisis regresi linier sederhana, untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Rumus yang digunakan adalah : $Y = a + bX$; Keterangan : Y = variabel dependen (variabel terikat); X =variabel independen (variabel bebas); a = konstanta (nilai dari Y apabila X= 0); b = koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif).

C. Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Jumlah kuisioner yang tersebar ke konsumen jajanan tradisional (Gen Z) di Pasar Penuin adalah 100 responden, diperoleh hasil frekuensi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, umur, dan frekuensi kunjungan, sebagai berikut :

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki laki	33	33%
	Perempuan	67	67%
Umur	13-17 tahun	4	4%
	18-22 tahun	73	73%
	23-27 tahun	23	23%
Frekuensi Kunjungan	1 kali sebulan	39	39%
	2 kali sebulan	25	25%
	3 kali sebulan	22	22%
	4 kali sebulan	4	4%
	>5 kali sebulan	10	10%

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Berdasarkan tabel 1, dapat disimpulkan bahwa pengunjung Pasar Penuin, khususnya di pedagang jajanan tradisional lebih banyak perempuan dengan persentase sebesar 67%. Dari segi umur, didominasi oleh pengunjung berumur 18-22 tahun dengan persentase 73%. Sedangkan, frekuensi kunjungan sebanyak 1 kali sebulan dengan persentase terbanyak, yaitu 39%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan dari indikator variabel yang terdapat pada Tabel 2. yang penulis gunakan di dalam kuisioner penelitian ini. Alat uji dalam penelitian ini adalah Pearson Correlation yang memiliki ketentuan yaitu : indikator akan dikatakan valid jika nilai signifikansi < 0.05 . Berdasarkan hasil uji validitas penelitian ini, semua pertanyaan indikator baik X ataupun Y dinyatakan valid karena nilai Sig dari setiap indikator bernilai $0.000 < 0.05$. Nilai r tabel didapat melalui rumus : $df = N - 2$. Peneliti memiliki hasil dari 100 responden, maka didapat hasil 98, dengan tingkat kesalahan 10% yang bernilai 0,1654. Dari Tabel 3. dapat terbukti bahwa nilai r hitung dari masing- masing indikator lebih besar daripada nilai r tabel.

Tabel 2. Daftar Pernyataan

Variabel	Statement
Kualitas Produk	X1.1 Jajanan tradisional di Pasar Penuin memiliki warna yang sangat menarik.
	X1.2 Jajanan tradisional di Pasar Penuin memiliki penampilan penyajian yang sangat menarik.
	X1.3 Jajanan tradisional di Pasar Penuin memiliki aroma yang sangat menggugah selera.
	X1.4 Jajanan tradisional di Pasar Penuin memiliki porsi yang sesuai dengan harga yang ditawarkan.
	X1.5 Jajanan tradisional di Pasar Penuin memiliki rasa manis dan gurih yang sangat pas.
	X1.6 Jajanan tradisional di Pasar Penuin memiliki tekstur yang sangat baik.
	X1.7 Jajanan tradisional di Pasar Penuin memiliki bentuk yang baik dan layak untuk diperjualbelikan.
	X1.8 Jajanan tradisional di Pasar Penuin memiliki temperatur yang pas (tidak panas dan tidak terlalu dingin).

Variabel	Statement
	Jajanan tradisional di Pasar Penuin memiliki tingkat kematangan yang baik (tidak mentah dan tidak terlalu matang).
	X1.9
	Y1.1 Saya selalu tertarik untuk membeli jajanan tradisional di Pasar Penuin Batam.
Minat Beli	Y1.2 Saya selalu bersedia untuk merekomendasikan jajanan tradisional Pasar Penuin Batam ke orang lain.
	Y1.3 Saya selalu mencari informasi mengenai jajanan tradisional di Kota Batam.
	Y1.4 Saya selalu memilih produk jajanan tradisional di Pasar Penuin dibandingkan dengan produk jajanan tradisional di tempat lain.

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Tabel 3. Tabel Uji Validitas

Statement	R count	R table	P(Sig)	Description
X1.1	0,532	0,1654	0.000	VALID
X1.2	0,745	0,1654	0.000	VALID
X1.3	0,742	0,1654	0.000	VALID
X1.4	0,660	0,1654	0.000	VALID
X1.5	0,718	0,1654	0.000	VALID
X1.6	0,768	0,1654	0.000	VALID
X1.7	0,621	0,1654	0.000	VALID
X1.8	0,688	0,1654	0.000	VALID
X1.9	0,749	0,1654	0.000	VALID
Y1.1	0,815	0,1654	0.000	VALID
Y1.2	0,826	0,1654	0.000	VALID
Y1.3	0,698	0,1654	0.000	VALID
Y1.4	0,864	0,1654	0.000	VALID

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Sedangkan, uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsistensi dari kuisioner ketika dilakukan berulang kali. Hasil kuisioner akan dikatakan reliabel bila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$. Hasil uji reliabilitas membuktikan bahwa seluruh indikator bernilai $> 0,6$. Berdasarkan hasil olah data peneliti, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini adalah reliabel dan indikator variabel dapat digunakan di waktu ataupun tempat yang berbeda.

Tabel 4. Tabel Uji Reliabilitas

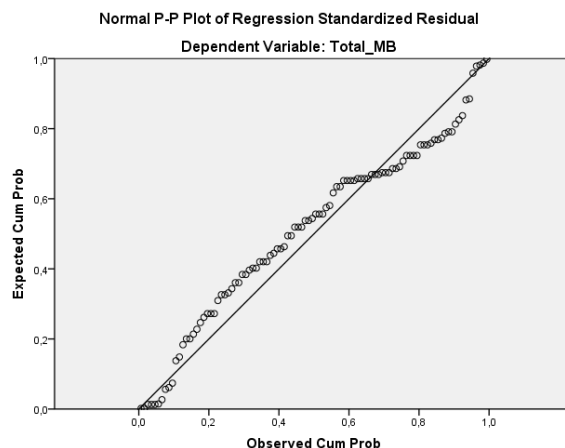
Jumlah Pernyataan	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
13	0,909	0,6	Reliabel

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui normal tidaknya pendistribusian suatu populasi data. Uji normalitas dilakukan dengan metode parametrik dan statistik non-parametrik agar pendistribusian data secara normal dapat dibaca melalui angka dari hasil *Kolmogorov Smirnov Test*. Pada Gambar 5. dapat dilihat bahwa pendistribusian data terhitung normal karena titik-titik masih berada di sekitar garis. Sedangkan, pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) bernilai $0,140 > 0,05$ dan berarti data terdistribusi secara normal.



Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Parametrik
Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Tabel 5. Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Value	Predicted
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,00000000	
Most Extreme Differences	Absolute	,115	
	Positive	,063	
	Negative	-,115	
Kolmogorov-Smirnov Z		1,154	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,140	

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Uji Linearitas

Pengujian linearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan linear antara variabel satu dengan variabel lainnya. Diketahui bahwa di Tabel 6, nilai Sig pada kolom *Linearity* bernilai 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat linearitas antara variabel minat beli dengan variabel kualitas produk.

Tabel 6. Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Total_MB	Between Groups	(Combined) Linearity	656,207	19	34,537	11,891	,000
*		Deviation from Linearity	558,982	1	558,982	192,459	,000
Total_KP	Within Groups		97,225	18	5,401	1,860	,032
	Total		232,353	80	2,904		
			888,560	99			

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Uji Homogenitas

Uji Homogenitas ini dilakukan untuk menguji apakah varian dari beberapa populasi data adalah sama. Pengujian ini merupakan salah satu syarat penting dalam analisis komparatif (Uji T atau ANOVA) dan bertujuan untuk memastikan bahwa perbedaan yang terjadi benar-benar berasal dari perbedaan antar kelompok dan bukan karena perbedaan di dalam kelompok. Dari Tabel 7, Tabel 8, dan Tabel 9 dapat disimpulkan bahwa nilai mean dari perempuan lebih besar daripada nilai mean laki-laki, yang berarti perempuan memiliki pandangan yang lebih baik mengenai kualitas produk (X) daripada laki-laki.

Tabel 7. Tabel Hasil Uji Homogenitas X

Group Statistics					
	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Rata_rata_X1	Laki- laki	33	3,8215	,58197	,10131
	Perempuan	67	3,9104	,57775	,07058

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Tabel 8. Hasil Uji Homogenitas Y

Group Statistics					
	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Rata_rata_Y1	Laki- laki	33	3,5833	,81889	,14255
	Perempuan	67	3,7873	,70878	,08659

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Tabel 9. Tabel Perbandingan Mean Jenis Kelamin pada X dan Y

Jenis Kelamin	Jumlah	Rata- rata X	Rata- rata Y
Laki- laki	33	3,8215	3,5833
Perempuan	67	3,9104	3,7873

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan kuat (korelasi) antar variabel dependen atau variabel independen. Jika nilai Tolerance > 0,10 dan Variance Inflating Factor (VIF) $VIF < 10,00$, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas dan sebaliknya. Dari Tabel 10 dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas karena nilai Tolerance dan VIF sudah sesuai dengan pedoman keputusan.

Tabel 10. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficientsa			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Rata_rata_X1	1,000	1,000

a. Dependent Variable : Rata_rata_Y1

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Uji Heteroskedastisitas

Salah satu uji asumsi klasik pada pengamatan model regresi yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan varians dari residual. Heteroskedastisitas penelitian ini diuji dengan metode Glejser dengan ketentuan yaitu : jika nilai Sig. > 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Pada Tabel 11, Sig. memiliki nilai 1,000 , lebih besar daripada 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,000	,313		,000	1,000
	Rata_rata_X1	,000	,080	,000	,000	1,000

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Analisis Regresi Linear Sederhana

Metode statistik ini bertujuan untuk menguji dan mengukur seberapa besar pengaruh atau hubungan antara satu variabel independen (kualitas produk) dengan satu variabel dependen (minat beli).

Tabel 12. Tabel Coefficients a

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	-1,083	1,252		-,865	,389	
	Total_KP	,457	,035	,793	12,892	,000	1,000

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Dengan rumus : $Y = a + bX$, diketahui konstanta bernilai -1,083, dan nilai konsisten variabel minat beli atau b adalah 0,457. Maka didapat hasil $Y = -1,083 + 0,457X$. Koefisien regresi kualitas produk (X) menyatakan bahwa minat beli (Y) akan bertambah sebanyak 0,457 di setiap penambahan 1% nilai kualitas produk (X). Apabila variabel minat beli diharapkan positif, maka variabel kualitas produk minimal senilai 3%. Koefisien regresi bernilai positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Nilai Sig. $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel kualitas produk terhadap variabel minat beli.

Uji R²

Pada Tabel 12, nilai R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,629. Dari hasil data tersebut, didapatkan nilai pengaruh dari kualitas produk terhadap minat beli adalah sebesar 62,9%, dan sisa sebesar 37,1% tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 13. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	Model Summary ^b	
				R	Std. Error of the Estimate
1	,793	,629	,625		1,83386

Sumber : Data olahan Penulis (2024)

Uji Hipotesis (Uji T)

H_0 : Tidak adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli Gen Z Jajanan Tradisional di Kota Batam

H_A : Adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli Gen Z Jajanan Tradisional di Kota Batam

Dari Tabel 12, diketahui nilai t hitung sebesar $12,892 > t$ tabel $1,984$, nilai Sig. $0,000 < 0,05$, maka keputusan : H_0 ditolak, H_A diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli.

D. Kesimpulan

Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli Gen Z terhadap jajanan tradisional di Kota Batam. Seluruh indikator dalam pengukuran kualitas produk dan minat beli telah terbukti valid dan reliabel. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki hubungan yang kuat dan signifikan dengan minat beli, dengan kontribusi sebesar 62,9% dari total pengaruh. Pengujian linearitas juga membuktikan adanya hubungan linear yang positif antara kedua variabel. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk akan meningkatkan minat beli Gen Z terhadap jajanan tradisional di Kota Batam. Maka, pedagang jajanan tradisional di Kota Batam harus lebih menjaga dan meningkatkan standar kualitas produk agar dapat meningkatkan minat beli konsumen Gen Z. Pemerintah juga dapat berkontribusi dalam bentuk sosialisasi dan memperkenalkan Gen Z dengan jajanan tradisional khas Indonesia, serta dapat mengadakan pelatihan bagi para pedagang jajanan tradisional dalam hal inovasi produk dan

membuat festival kuliner di Kota Batam untuk memperkenalkan jajanan tradisional ke masyarakat luas.

E. Referensi

- Akhmadi, H., & Afif Rasyid Alfathah, S. (2021). Generation Z consumer's preferences for online food ordering application: a study of gofood and grabfood. *E3S Web of Conferences*, 316. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202131601011>
- Christoper, P. G. P., & Christian, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Makanan Tradisional di Mey's Kitchen. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 10(10), 1–15.
- Danuwidjojo, J. I. J., Iood, F., & Sidabutar, Y. F. (2021). KEARIFAN LOKAL MELAYU SEBAGAI IDENTITAS KOTA BATAM. *Jurnal Potensi*, Vol. 1 No. 2 (2021): SEPTEMBER, 22–28. <http://ejurnal.univbatam.ac.id/index.php/Potensi/article/view/770/667>
- Devi, I. P., Kusuma, A. E. T., & Rihayana, G. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Makanan dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli di Warung Dekade. *Jurnal Values*, 1(2), 129–138.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). Upper Saddle River, NJ Pearson Education, Inc., 2009.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). London : Pearson Education, 2016.
- Nahak, H. M. . (2019). Upaya Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.33369/jnsn.5.1.65-76>
- Oktaviani, P. (2017). *Jajanan Tradisional Indonesia Asli*.
- Potter, N. N., & Hotchkiss, J. H. (2012). *Food Science* (5th ed.). Springer Science & Business Media. https://books.google.co.id/books?id=GRQJAgAAQBAJ&dq=potter+food+quality&lr=&authser=1&source=gbs_navlinks_s
- Saputro, S. H., & Widyastuti, M. (2022). Analisis Minat Dan Keputusan Pembelian Melalui Harga, Kualitas Dan Inovasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 22, 92–102. <https://doi.org/10.54367/jmb.v22i1.1734>
- Siti Reisa Salsabila. (2023). Analisis Kualitas Makanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di Darjeeling Restaurant, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat. *Simpati*, 1(1), 32–43. <https://doi.org/10.59024/simpati.v1i1.61>
- Smith, T. R., & Yamakawa, N. (2020). *Asia's Generation Z comes of age*. McKinsey. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/asias-generation-z-comes-of-age>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian : Lengkap,Praktis, dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press.
- Tan, E. (2020). *Ini Pasar Favorit Tempat Warga Singapura Belanja di Batam*. <https://travel.detik.com/cerita-perjalanan/d-5389115/ini-pasar-favorit-tempat-warga-singapura-belanja-di-batam>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Prinsip Dan Penerapan* (4th ed.). ANDI Yogyakarta.
- TripCetera. (2024). *Pasar Penuin, Wisata Kuliner di Surga Jajanan Batam*. <https://blog.tripcetera.com/id/pasar-penuin/>
- Ulita, N., Kartanegara, A. T., Salsabila, J., Saleh, A., & Queen, Z. (2024). Empathy Map Gen Z Towards Healthy Food: A Foodpreneur Design Strategy. *APTISI Transactions on Technopreneurship*, 6(2), 242–253. <https://doi.org/10.34306/att.v6i2.404>
- Wardina, H., & Fuadilah Habib, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga, terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Jajanan Pasar Sari Roso di Kabupaten Blitar. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 3(3), 1023–1040. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.5440>
- Warren, K., Kelly, R. C., & Jackson, A. (2024). Generation Z (Gen Z): Definition, Birth Years, and Demographics. *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/generation-z-gen-z-definition-5218554>
- Wibowo, S. (2023). Analisis Kualitas Produk Makanan Tradisional Jawa Barat Terhadap Keputusan Wisatawan Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 893–904. <https://stp-mataram.e-journal.id/JIH/article/view/2989>
- Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store'S Atmosphere Dan Kualitas

Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 1-14. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1228>