

**ANALISIS HARGA JUAL PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PENUMPANG KERETA API DI PT. RESKA MULTI USAHA *BRANCH OFFICE 2*
BANDUNG**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mendapatkan Gelar
Sarjana Pariwisata



Disusun oleh
Rezki Febriana S
1504566

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2019

LEMBAR HAK CIPTA

**ANALISIS HARGA JUAL PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PENUMPANG KERETA API DI
PT. RESKA MULTI USAHA *BRANCH OFFICE 2* BANDUNG**

Oleh:

Rezki Febriana .S

1504566

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata

Program Studi Manajemen Industri Katering Fakultas Pendidikan Ilmu
Pengetahuan Sosial

© Rezki Febriana .S 2019
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya, atau sebagian dengan cara di cetak ulang, difotocopy atau cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS HARGA JUAL PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PENUMPANG KERETA API DI PT. RESKA MULTI USAHA
BRANCH OFFICE 2 BANDUNG**

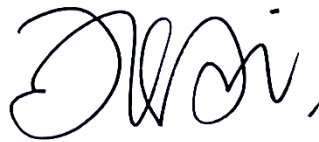
Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Caria Ningsih, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19800131.200812.1.002

Pembimbing II



Dr. Dewi Turgarini, S.S.,M.M.Par.
NIP. 197000320.200812.2.001

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S.M.M.Par.
NIP. 197000320.200812.2.001

Mahasiswa



Rezki Febriana .S
NIM. 1504566

ABSTRAK

Rezki Febriana .S (NIM 1504566), dengan judul skripsi Analisis Harga Jual Produk terhadap Minat Beli Konsumen Penumpang Kereta Api di PT.Reska Multi Usaha Branch Office 2 Bandung. Dibawah bimbingan Caria Ningsih, S.E., M.Si., Ph.D sebagai pembimbing satu dan Dr. Dewi Turgarini, S.S.M.M.Par., sebagai pembimbing dua.

Program *Exploring Indonesian Culiner On Train* dengan menghadirkan kekayaan kuliner Indonesia di atas Kereta api oleh perusahaan PT. Reska Multi Usaha upaya ini menarik sebagai wadah pengembangan gastronomi Indonesia agar bisa lebih dikenal, dan dinikmati oleh masyarakat selama perjalanan menggunakan kereta api, dengan merekomendasikan menu makanan minuman dan kudapan tradisional ciri khas kuliner Indonesia. Peneliti merekomendasikan makanan Nasi Cikur, Bajigur, juga Roti kecil sebagai produk yang dapat di jual diatas kereta. Agar produk tersebut mampu bersaing maka penawaran produk yang berkualitas harus diimbangi dengan harga yang sesuai dipasaran. Penetapan harga jual yang menjadi fokus utama dalam penelitian sebagai salah satu faktor yang dapat menarik minat beli konsumen. Masalah dalam penelitian ini adalah tentang penerapan harga jual produk yang direkomendasikan, dan bagaimana pengaruhnya terhadap minat beli konsumen. Tujuannya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dapat menarik minat beli, dan juga berapa besar harga produk yang dapat diterapkan dan dijual di restoran kereta api. Metode pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif eksploratif dengan populasi merupakan penumpang maupun calon penumpang kereta api sebanyak 100 sampel responden. Hasil dari penelitian ini harga yang ditetapkan masing masing produk Nasi Cikur, Bajigur, dan Roti Kecil adalah Rp.35.000, Rp.8.500, dan Rp.10.000. Harga jual tersebut berpengaruh signifikan terhadap terjadinya minat beli konsumen. Harga jual tersebut direkomendasikan masih terjangkau konsumen, dan mampu bersaing, serta harga yang ditawarkan sebanding dengan kualitas produk, dan manfaat yang diberikan menjadikan pertimbangan seorang konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci: Penentuan Harga, Harga Jual, Minat Beli Konsumen, Restoran Kereta Api

ABSTRACT

Rezki Febriana .S (NIM 1504566), Analysis of Selling Price of The Food Products to Consumers Interests in Railway Restaurant at PT. Reska Multi Usaha Branch Office 2 Bandung. Under the guidance of Caria Ningsih, S.E., M.Si., Ph.D and Dr. Dewi Turgarini, S.S.M.M.Par.

PT. Reska Multi Usaha has an Exploring Indonesian Culiner On Train Program which is to present Indonesian culinary can be more popular and enjoyed by the passenger during a trip using the train. Research supports the program by recommending traditional gastronomic foods, such as Nasi Cikur, Bajigur, and Roti Kecil to be sold on the train. The product can compete with quality product offerings and competitive prices. Focuses on selling price as one of the factors that can attract consumer interest. The aim is to determine the effect of prices on consumer interest, and also the price of products can be applied and sold in railway restaurants. The method used is a quantitative exploratory approach with a sample of 300 passengers and prospective train passengers. The results of this study the prices set for each: Nasi Cikur, Bajigur, and Roti Kecil products are Rp.35,000, Rp.8,500 and Rp.10,000. The selling price has a significant effect on consumer buying interest. The recommended selling price is still affordable for consumers, able to compete, the price offered is comparable to the quality of the product, and the benefits provided make a consumer's consideration for making a purchase.

Keywords: Determination of Selling Price, Consumer buying Interest at Railway Restaurant

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
UCAPAN TERIMAKASIH	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Pariwisata.....	11
2.1.2 Industri Pariwisata	12
2.1.3 Transportasi Dalam Pariwisata	15
2.1.4 Katering Transportasi.....	19
2.1.5 Biaya	20
2.1.6 Harga Jual	22
2.1.7 Harga Pokok Makanan dan Minuman	25
2.1.8 Minat Beli Konsumen	34
2.1.9 Hubungan Harga dengan Minat Beli Konsumen	36
2.2 Penelitian Terdahulu	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	40
3.1.1 Objek Penelitian.....	40
3.1.2 Subjek Penelitian	40
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Operasional Variabel	41
3.4 Populasi dan Sampel	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	43
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Instrumen Penelitian	45
3.7 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	46
3.7.1 Analisis Metode Penentuan Harga Jual	46

3.7.2 Uji Validitas	46
3.7.3 Uji Realibilitas	47
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
3.7.4.1 Uji Normalitas.....	52
3.7.4.2 Uji Linearitas	52
3.7.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52
3.7.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	52
3.7.6 Uji Koefisien Korelasi	53
3.7.7 Uji Koefisien Determinasi	54
3.7.8 Uji Hipotesa	54
3.7.8.1 Uji Parsial (Uji t).....	54
3.7.8.2 Uji Simultan (Uji f).....	55
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	56
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Reska Multi Usaha	56
4.1.2 Visi dan Misi PT. Reska Multi Usaha	58
4.1.3 Strukur Organisasi PT. Reska Multi Usaha	58
4.2 Data Analisis	61
4.2.1 Karakteristik Responden.....	61
4.2.2 Karakteristik Panelis	71
4.3 Hasil Analisis	73
4.3.1 Rekomendasi Menu Makanan.....	73
4.3.2 Analisis Penentuan Harga Menu Makanan.....	78
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Harga Jual Terhadap Minat Beli Konsumen	81
4.3.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga Jual.....	82
4.3.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli Konsumen.....	85
4.3.4 Uji Asumsi Klasik.....	88
4.3.4.1 Uji Normalitas.....	88
4.3.4.2 Uji Linearitas	90
4.3.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	92
4.3.5 Analisis Regresi Linier	94
4.3.6 Uji Koefisiensi Korelasi.....	96
4.3.7 Uji Koefisiensi Determinas	98
4.3.8 Uji Hipotesa	99
4.3.9 Hasil Uji Panel	102
4.4 Pembahasan.....	105
BAB V KESIMPULAN & SARAN	108
5.1 Kesimpulan	108
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA.....	111

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon & Riduwan. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2018). Kota Bandung dalam Angka Tahun 2015 2016 2017. [Online]. Diakses dari [http:// www.bandungkota.bps.go.id](http://www.bandungkota.bps.go.id)
- BPS Statistik Indonesia. (2016). Statistik Profil Wisatawan Nusanatara tahun 2016.
- Davis, B., Lockwood, A., Alcott, P., & Pantelidis, I. S. (2018). *Food and Beverage Management* (6 th). Routledge.
- Deshpande, R., Farley, J., & Webster, F. (1993). Corporate culture, customer orientation and Innovativeness. *Journal of Marketing*, 57(1): 23-37.
- Dittmer, P. R., & Keefe, J. D. (2009). *Principles of Food, Beverage and Labor Cost Control. Food service—Cost control* (Vol. 9). <https://doi.org/10.1177/109634807600100113>
- Dodds, W., B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991). Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations. *Journal of Marketing Research*, 28, 307–319.
- Han, H., Ryu, K., & Kisang Ryu, by. (2009). Industry Satisfaction in Determining Customer Loyalty in the Restaurant The Roles of the Physical Environment, Price Perception, and Customer On behalf of: International Council on Hotel, Restaurant, and Institutional Education Citations. 487 *Journal of Hospitality & amp*, 33. <https://doi.org/10.1177/1096348009344212>
- Harun, Rochajat. (2008). Posisi Transportasi dalam kepariwisataan. [Online]. Diakses dari [http:// www.Kabarindonesia.com/berita.php](http://www.Kabarindonesia.com/berita.php)
- Indonesia, P. Undang-Undang Republik Indonesia No.23 Tahun 2007 Tentang Perkeretaapian (2007). Jakarta: Sekretariat Negara.
- Indonesia, P. Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan (2009). Jakarta: Sekretariat Negara. <https://doi.org/10.2174/138920312803582960>
- J.Setiadi, N. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Kencana.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip, & Amstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krismiaji, & Aryani Y. Anni. (2011). *Akuntansi Manajemen. Edisi Kedua. Cetakan Pertama*. (UPP STIM YKPN, Ed.) (edisi Kedu). Yogyakarta.
- Lucas, D.B, dan Britt, K. (2003). *Advertising Psychologi and research*. Newyork: Mc. Graw Hills.
- Migliore, G., Farina, V., Tinervia, S., Matranga, G., & Schifani, G. (2017). Consumer interest towards tropical fruit : factors affecting avocado fruit consumption in Italy. *Agricultural and Food Economics*. <https://doi.org/10.1186/s40100-017-0095-8>
- Miller, J. E., Hayes, D. K., & Dopson, L. R. (2002). *Food and Beverage Cost Control - Second Edition*.
- Ministry of Tourism Republic of Indonesia. (2017). *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia 2016*.
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya* (Edisi Ke 5). Yogyakarta: STIE YKPN.
- Ningsih, C. (2014). Sinergitas Industri Kreatif Berbasis Pariwisata dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Mmenju Globalisasi, (28).
- Ningsih, C. (2017). Does China-AFTA Impact on Inequality and Employment Rate of Indonesia : Comparing with Other ASEAN Countries, 8(4), 206–209. <https://doi.org/10.18178/ijtef.2017.8.4.565>
- Nn. (2017). Stunning Bandung Dorong Peningkatan Wisatawan Asing ke Indonesia. [Online]. Diakses dari <http://www.pikiran-rakyat.com/bandung-raya/berita>
- Nurhalim, Rendi. (2017). Gerbong Restorasi Sajian Khas Restoran Yang Bergoyang. [Online]. Diakses dari [http:// www.kabarpemupang.com/Darat/htm](http://www.kabarpemupang.com/Darat/htm)
- Pradita, Kiki. (2018). Perbedaan Kelas Kereta Api di Indonesia. [Online]. Diakses dari <http://www.tiket.com/blog/travel>
- Raab, C., Maye, K., Kim, Y. S., & Shoemaker, S. (2009). Price-sensitivity measurement: A tool for restaurant menu pricing. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33(1), 93–105. <https://doi.org/10.1177/1096348008329659>
- Samryn, L. M. (2012). *Akuntansi Manajemen*. (revisi, Ed.).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior*. Prentice-Hall: Englewood

Cliffs NJ.

- Schmidgall, R. S. (2002). *Hospitality Industry Managerial Accounting* (5th ed). Orlando: FL: Educational Institute of the American Hotel and Motel Association.
- Simonangkir, Eduardo (2018). Pariwisata Jadi Andalan Penyumbang Devisa. [Online]. Diakses dari [http:// www.finance.detik.com/ berita-ekonomi-bisnis/htm](http://www.finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/htm)
- Steenhuis, I. H., Waterlander, W. E., & Mul, A. de. (2011). Consumer food choices: the role of price and pricing strategies. *Public Health Nutrition*.
- Suarsana, N. (2007). *Penendalian Biaya Departemen F&B di Perhotelan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sunarto. (2002). *Akuntansi Biaya* (Edisi ke 2). Yogyakarta: Amus.
- Supriyono, R. (2011). *Akuntansi Biaya, Perencanaan dan pengendalian biaya, serta pengambilan keputusan*. (BPFE, Ed.). Yogyakarta.
- Swastha, B., & Irawan. (2005). *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta: Liberty.
- Tambunan, N. (2009). Posisi Transportasi Dalam Pariwisata. *Universitas Mpu Tantular, Jakarta*, (Bps 2008), 39–48.
- Turgarini, D., Baiquni, M., & Harmayani, E. (2018). The Multiplier Effect of Buying Local Gastronomy : Case of Sundanese Restaurant, *5*(1), 54–61.
- UNWTO. (2018). Asia and the Pacific Newsletter. *Asia and Pacific NewAsiasletter*, (46).
- Wiyasha, I. (2006). *F & B Cost Control untuk Hotel dan Restoran*. Bandung: Penerbit Andi.