

PENGARUH KOMUNITAS - KOMUNITAS TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI RESTORAN SEDERHANA BATU AJI KOTA BATAM

Dailami^{1*}, Moh. Thamdzir², Tito Pratama³, Haufi Sukmamedian⁴

¹Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam

²Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam

³Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Batam

⁴Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam

ABSTRACT

A business has its own way of achieving sales targets and the number of consumers. Apart from the method used by the restaurant itself, external factors, namely the existence of a community, also affect the restaurant in achieving its goals. Community is a collection of people in large numbers and form social groups that work together to achieve common interests or goals and occupy a certain area for quite a long time. The type of this research is the study of "The Influence of Community on Consumer Purchase Interest in the Batu Aji Simple Restaurant in Batam City" where at this point we know that the Batu Aji Simple Restaurant in Batam City is quite famous and crowded with visitors in the city of Batam. The sampling technique used nonprobability sampling technique with purposive sampling with a total sample of 98 respondents. Data collection was carried out using literature studies, interviews, observations, and questionnaires. Questionnaire data were analyzed using SPSS ver 25. Data analysis techniques used simple linear regression analysis. The results of the t-test, namely the influence of the community, have a t count of 12.477. The results of this study indicate that the community has an influence on consumer buying interest at the Batu Aji Simple Restaurant in Batam City.

Keywords: Community, Consumers Buying Interest

PENDAHULUAN

Komunitas berasal dari bahasa latin communities yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari communis yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak". Komunitas sebagai sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa.

Pengertian komunitas menurut Kertajaya Hermawan (2008), adalah sekelompok orang yang peduli satu sama lain yang lebih dari yang seharusnya, dimana dalam sebuah komunitas terjadi relasi pribadi yang erat antar anggota komunitas tersebut karena adanya kesamaan interest atau values. (Veriasa and Waite, 2020)

Menurut Crow dan Allan, komunitas dapat terbagi menjadi 2 komponen :

1. Berdasarkan lokasi atau tempat wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat dimana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis.
2. Berdasarkan minat sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama, misalnya agama, pekerjaan, suku, ras, maupun berdasarkan kelainan seksual.

Proses pembentukannya bersifat horizontal karena dilakukan oleh individu-individu yang kedudukannya setara. Komunitas adalah sebuah identifikasi dan interaksi sosial yang dibangun dengan berbagai dimensi kebutuhan fungsional (Soenarno, 2002). Kekuatan pengikat suatu komunitas, terutama adalah kepentingan bersama dalam memenuhi kebutuhan kehidupan sosialnya yang biasanya didasarkan atas kesamaan latar belakang budaya, ideologi, sosial ekonomi. Disamping itu secara fisik suatu komunitas biasanya diikat oleh batas lokasi atau wilayah geografis masing-masing komunitas. Karenanya akan memiliki cara dan mekanisme yang berbeda dalam menanggapi dan menyikapi keterbatasan yang dihadapinya serta mengembangkan kemampuan kelompoknya.

Menurut Vanina Delobelle, definisi suatu komunitas adalah group beberapa orang yang berbagi minat yang sama, yang terbentuk oleh 4 faktor, yaitu :

1. Komunikasi dan keinginan berbagi (sharing)
2. Tempat yang disepakati bersama untuk bertemu
3. Ritual dan kebiasaan : orang-orang datang secara teratur dan periodik
4. Influencer : Influencer merintis sesuatu hal dan para anggota selanjutnya ikut terlibat

Vanina juga menjelaskan bahwa komunitas mempunyai beberapa aturan sendiri, yaitu :

1. Saling berbagi : mereka saling menolong dan berbagi satu sama lain dalam komunitas.
2. Komunikasi : mereka saling respon dan komunikasi satu sama lain.

3. Kejujuran : dilarang keras untuk berbohong. Sekali seseorang berbohong, maka akan segera ditinggalkan.
4. Transparansi : saling bicara terbuka dan tidak boleh menyembunyikan sesuatu hal.
5. Partisipasi : semua anggota harus disana dan berpartisipasi pada acara bersama komunitas.

Menurut Mac Iver (Mansyur, cholil 1987:69) community diistilahkan sebagai persekutuan hidup atau paguyuban dan dimaknai sebagai suatu daerah masyarakat yang ditandai dengan beberapa tingkatan pertalian kelompok sosial satu sama lain. Dalam Soerjono Soekanto (1983:143), Mac Iver menjelaskan mengenai unsur-unsur dalam sentiment community, yaitu :

a. Seperasaan

Unsur seperasaan muncul akibat adanya tindakan anggota dalam komunitas yang mengidentifikasikan dirinya dengan kelompok dikarenakan adanya kesamaan kepentingan

b. Sepenanggungan

Sepenanggungan diartikan sebagai kesadaran akan peranan dan tanggung jawab anggota komunitas dalam kelompoknya

c. Saling memerlukan

Unsur saling memerlukan diartikan sebagai perasaan ketergantungan terhadap komunitas baik yang sifatnya fisik maupun psikis.

Komunitas merupakan kelompok sosial dari berbagai organisme dengan bermacam-macam lingkungan, pada dasarnya mempunyai habitat serta ketertarikan atau kesukaan yang sama. Di dalam komunitas, individu-individu di dalamnya mempunyai kepercayaan, kebutuhan resiko, sumber daya, maksud, preferensi dan berbagai hal yang serupa atau sama. Menurut Kertajaya Hermawan (2008), komunitas adalah sekelompok manusia yang memiliki rasa peduli satu sama lain lebih dari yang seharusnya. Dapat diartikan bahwa komunitas adalah kelompok orang yang saling mendukung dan saling membantu antara satu sama lain. (Veriasa and Waite, 2020)

Menurut Muzafer Sherif di dalam buku *Dinamika Kelompok* (2009:36), Kelompok sosial adalah suatu kesatuan sosial yang terdiri dari dua atau lebih individu yang telah mengadakan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur, sehingga di antara individu itu sudah terdapat pembagian tugas, struktur, dan norma-norma tertentu. Komunitas juga suatu sistem sosial yang meliputi sejumlah struktur sosial yang tidak terlembagakan dalam bentuk kelompok atau organisasi dalam pemenuhannya melalui hubungan kerjasama struktural, komunitas dapat berdiri sendiri dalam hubungannya dengan fungsi-fungsi yang dilakukan oleh lembaga-lembaga sosial yang lebih besar.

Sebuah komunitas merupakan “Sekumpulan individu yang mendiami lingkungan tertentu serta terkait dengan kepentingan yang sama” (Iriantara, 2004: 22). Maka sebuah komunitas merupakan sebagian kecil dari wadah yang bernama organisasi, dapat di katagorikan bahwa komunitas tidak jauh

berbeda dengan sebuah organisasi yang dimana di dalamnya terdapat kebebasan dan hak manusia dalam kehidupan sosial untuk berserikat, berkumpul, berkelompok serta mengeluarkan pendapat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang “ Organisasi Kemasyarakatan” mengatakan bahwa:

Organisasi yang didirikan dan dibentuk oleh masyarakat secara sekarela berdasarkan kesamaan aspirasi, kehendak, kebutuhan, kepentingan, kegiatan, dan tujuan untuk berpartisipasi dalam membangun demi tercapainya tujuan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Ciri ciri Komunitas Dari buku *Dinamika Kelompok* karya Santosa (2009:37), ciri-ciri komunitas menurut Muzafer Sherif dan George Simmel adalah sebagai berikut:

a. Menurut Muzafer Sherif, ciri-ciri komunitas adalah sebagai berikut:

1. Adanya dorongan/motif yang sama pada setiap individu sehingga terjadi interaksi sosial sesamanya dan tertuju dalam tujuan bersama.
2. Adanya reaksi dan kecakapan yang berbeda di antara individu satu dengan yang lain akibat terjadinya interaksi sosial.
3. Adanya pembentukan dan penegasan struktur kelompok yang jelas, terdiri dari peranan dan kedudukan yang berkembang dengan sendirinya dalam rangka mencapai tujuan bersama.
4. Adanya penegasan dan peneguhan norma-norma pedoman tingkah laku anggota kelompok yang mengatur interaksi dan kegiatan anggota kelompok dalam merealisasi tujuan kelompok.

b. Menurut George Simmel, ciri-ciri Komunitas adalah

1. Besar kecilnya jumlah anggota kelompok sosial
2. Derajat interaksi sosial dalam kelompok sosial
3. Kepentingan dan wilayah
4. Berlangsungnya suatu kepentingan
5. Derajat organisasi

Komunitas adalah sekelompok orang terdiri atas jumlah yang banyak dimana mereka membentuk suatu kelompok sosial yang saling bekerjasama bertujuan untuk mencapai kepentingan atau tujuan bersama serta menetap atau menempati suatu wilayah tertentu dalam kurun waktu yang cukup lama. Komunitas juga merupakan suatu sistem sosial yang terdiri dari struktur sosial yang tidak terlembagakan dalam suatu bentuk kelompok atau organisasi. Komunitas dibentuk dan didirikan oleh sekelompok orang secara sukarela berdasarkan kesamaan kepentingan, kegiatan, kebutuhan, kehendak, dan tujuan yang sama. (Jennifer, 2022)

Adanya komunitas khususnya komunitas kemasyarakatan dan mahasiswa yang berada disekitar Rumah Makan Sederhana Batu Aji Kota Batam dapat menciptakan minat beli baik produk maupun jasa. Hal ini dikarenakan banyaknya rumah makan – rumah makan sekarang yang kebanyakan

konsumennya adalah Masyarakat dan mahasiswa yang sekedar berkumpul ataupun mengerjakan tugas.

Merujuk dari latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Komunitas - Komunitas Terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam”.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam menganalisis data yang diperoleh, sehingga data dalam bentuk angka dapat dilakukan pengolahan dengan metode statistik melalui program SPSS. Populasi mengacu pada seluruh kelompok orang, peristiwa atau hal-hal yang menarik yang diinginkan peneliti untuk diselidiki. Kelompok orang, peristiwa atau hal-hal yang menarik ini nantinya akan menjadi bahan untuk menarik kesimpulan dalam penelitian. Populasi dalam penelitian ini merujuk pada konsumen yang mengunjungi Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam. Dari populasi yang sudah ada, peneliti mengambil sebagian untuk dijadikan sampel. Sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota yang telah dipilih. Ukuran sampel dalam penelitian harus memiliki jumlah sampel minimum sepuluh kali jumlah pertanyaan yang dianalisis. Pada kuesioner penelitian ini terdapat 14 pertanyaan, dengan demikian minimum jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 98 responden (Sekaran dan (Sugiyono, 2013)).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling. Simple random sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling. Teknik simple random sampling memungkinkan setiap unit sampling sebagai unsur populasi memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel. Penulis menggunakan teknik simple random sampling karena yang menjadi populasi dalam penelitian ini tidak terlalu besar. Data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa metode, yaitu: (Sugiyono, 2013)

1. Kuesioner (questionnaire)

Kuesioner merupakan sebuah pengumpulan data dengan menggunakan sebuah pertanyaan yang sudah tersusun dan nanti hasil jawaban responden tersebut merupakan hasil dari wawancara.

2. Observasi

Observasi merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menggambarkan sebuah individu secara sistematis dan non sistematis.

3. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dilakukan untuk mendapatkan data-data sekunder. Pada penelitian ini, tinjauan

pustaka dilakukan menggunakan sumber buku, jurnal dan lain-lain. (Sugiyono, 2013)

Dalam skala likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif. Untuk mengukur variabel diatas digunakan skala likert sebanyak enam tingkat sebagai berikut:

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

3 = NT (Nertal)

4 = S (Setuju)

5= SS (Sangat Setuju).

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji tentang seberapa baik suatu instrumen yang dikembangkan mengukur konsep tertentu yang ingin diukur.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji bagaimana instrumen pengukuran secara konsisten mengukur apapun konsep yang sedang diukur

Uji Normalitas

kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui langkah apa yang akan di lakukan selanjutnya dalam menguji Hipotesis. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar

Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan yang linier dengan nilai nilai $\text{sig} > \alpha$ tabel Anova untuk Deviation from Linearity pada software SPSS ver 25.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Sugiyono, 2013)

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier adalah teknik multivariant yang sering kali digunakan dalam penelitian bisnis. Poin awal dari analisis regresi berganda, tentu saja adalah model konseptual yang sudah dibuat oleh peneliti pada tahap sebelumnya dari proses penelitian.

Analisis regresi linier memberikan mean penilaian secara objektif pada tingkat dan ciri-ciri hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat: koefisien regresi secara relatif menunjukkan pentingnya setiap variabel bebas dalam prediksi variabel terikat. Model persamaan regresi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X + e$$

Y = Minat pengunjung
 a = Konstanta
 β_1 = Koefisien regresi
 X = Desain interior
 e = error

Uji t

Uji t dapat juga dilakukan dengan membandingkan hasil thitung dan ttabel dengan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis tersebut antara lain:

- H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $\alpha > 5\%$. Hal tersebut berarti variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau model regresi tidak signifikan
- H_0 ditolak dan H_a diterima apabila $\alpha < 5\%$. Hal tersebut berarti variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau model regresi signifikan (Sugiyono, 2013)

PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Restoran Restoran Sederhana, Batu Aji merupakan restoran yang lokasinya berada di Provinsi Kepulauan Riau yang tepatnya di daerah Batam

- Alamat : Komplek Cipta Agung No. 1-2, Jl. Letjend Suprpto, Batu Aji, Batam
- Telepon :
- Daftar Online : 29-Sep-2016
- Ambil Di Tempat : Ya
- Bisa Dikirim : Ya

Makanan Khas Batam yang terkenal dan wajib dicoba adalah :

1. Sop Ikan Tenggiri
2. Mie Sagu
3. Mie Tarempa
4. Mie Lendir
5. Otak-otak Ikan
6. Luti Gendang
7. Bilis Molen
8. Keripik Kari
9. Bingka Bakar

Restoran ini menjual berbagai macam jenis makanan/minuman seperti : Aneka Nasi. Harga yang ditawarkan pun juga lumayan terjangkau dan menu-menu yang ditawarkan juga cukup bervariasi sehingga cocok disantap dengan teman dan sahabat anda.

Restoran ini juga menyediakan kategori jenis kuliner yang beragam seperti :

- Menu + Nasi Makanan
- Minuman

Rentang harga menu yang dijual mulai dari Rp. 7,000 - Rp. 87,500.

Anda bisa langsung datang ke Restoran untuk melakukan pembelian atau jika anda ingin membeli menu yang disediakan oleh Restoran Restoran Sederhana, Batu Aji secara online, anda bisa pesan dengan melalui tombol dibawah ini.

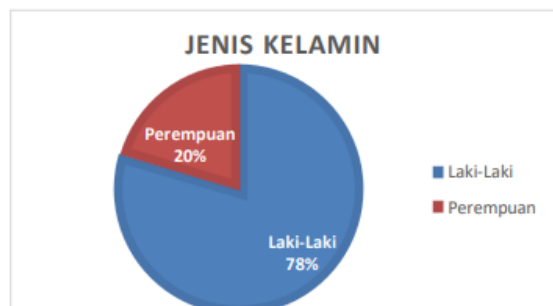


Gambar 3.1 Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam (Sumber dokumen restoran, 2023)

Hasil dan Pembahasan.

Deskripsi Responden Pada penelitian ini deskripsi responden berfungsi untuk mendeskripsikan para responden berdasarkan jenis kelamin, Tergabung dalam komunitas dan usia. Dalam penelitian ini terdapat 98 responden, hasil ini diketahui karena berasal dari penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan lewat media sosial , bagi siapa saja yang tergabung dalam komunitas dan pernah berkunjung ke Titik Kumpul Kota Batam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan deskripsi responden dilihat dari jenis kelamin, tergabung dalam komunitas dan usia yang diuraikan sebagai berikut:
Jenis Kelamin

Penyajian data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 3.1 sebagai berikut:

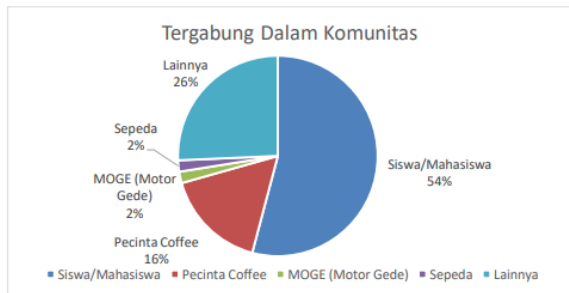


Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan gambar 3.1 dapat dilihat bahwa 78 responden berjenis kelamin laki-laki dan 20% berjenis kelamin perempuan. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki. Hal ini dapat dipahami karena pada dasarnya laki-laki lebih banyak mengikuti komunitas dibandingkan perempuan.

Tergabung Dalam Komunitas

Penyajian data responden berdasarkan tergabung dalam komunitas dapat dilihat pada gambar 3.2 sebagai berikut:

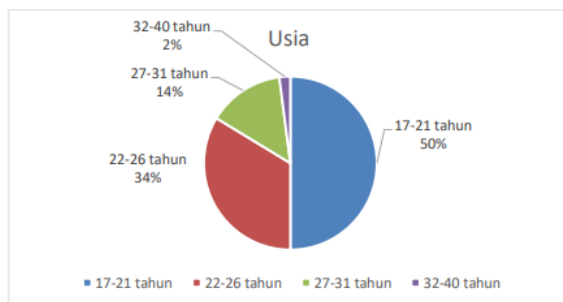


Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan gambar 3.2 terlihat bahwa sebanyak 54 responden tergabung dalam komunitas siswa/mahasiswa, 16 responden tergabung dalam komunitas pecinta coffee, 2 responden tergabung dalam komunitas MOGE (Motor Gede), 2 responden tergabung dalam komunitas sepeda dan 26 responden tergabung dalam komunitas lainnya yang tidak disebutkan dalam kuesioner penelitian ini. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berdasarkan tergabung dalam komunitas adalah komunitas siswa/mahasiswa. Hal ini dikarenakan banyak kelompok atau komunitas siswa/mahasiswa memanfaatkan kafe sebagai tempat berkumpul atau mengerjakan tugas.

Usia

Dalam penelitian ini usia responden dikelompokkan menjadi 4 bagian. Penyajian data responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar 3.3 sebagai berikut:



Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan gambar 3.3 terlihat bahwa sebanyak 50 responden berusia 17-21 tahun, 34 responden berusia 22-26 tahun, 14 responden berusia 27-31 tahun dan 2 responden berusia 32-40 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 17- 21 tahun.

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji Validitas Uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan pernyataan dalam kuesioner. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df)=n-2, dalam penelitian ini n adalah jumlah sampel. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 98, maka

df=98-2 didapat angka 96 dan alpha 0,05 didapat r tabel 0,198, analisisnya menggunakan program SPSS Ver 25. Adapun hasil pengujian validitas ditetapkan antara lain:

1. Variabel X (Komunitas)

Dalam variabel X (Komunitas) terdapat 3 indikator yaitu kesadaran yang sama, ritual dan tradisi, rasa tanggung jawab moral, tiap indikator memiliki 2 pernyataan, total dalam penelitian ini terdapat 6 pernyataan yang mewakili variabel komunitas. Penyajian hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut ini:

Tabel 3. 1 Uji Validitas Variabel X

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
Komunitas (X)	Kesadaran Yang Sama	K1	718	98	Valid
		K2	777		Valid
	Ritual dan Tradisi	K3	794		Valid
		K4	786		Valid
	Rasa tanggung Jawab Moral	K5	742		Valid
		K6	704		Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa seluruh pernyataan variabel komunitas terbilang valid, hal ini dikarenakan nilai r hitung > r tabel sehingga seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

2. Variabel Y (Minat Beli)

Dalam variabel Y (Minat Beli) terdapat 4 indikator yaitu minat eksploratif, minat referensial, minat transaksional, minat preferensial. Tiap indikator memiliki 2 pernyataan, total dalam penelitian ini terdapat 8 pernyataan yang mewakili variabel minat beli. Penyajian hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut ini:

Tabel 3. 2 Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Ket
Minat Beli (Y)	Minat Transaksional	MB1	0,817	0,198	Valid
		MB2	0,794		Valid
	Minat Referensial	MB3	0,735		Valid
		MB4	0,812		Valid
	Minat Preferensial	MB5	0,922		Valid
		MB6	0,846		Valid
	Minat Eksploratif	MB7	870		Valid
		MB8	857		Valid

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat bahwa seluruh pernyataan variabel minat beli terbilang valid, hal ini dikarenakan nilai r hitung > r tabel sehingga seluruh pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi jawaban didalam kuesioner. Pengujian dilakukan dengan menggunakan cronbach's alpha variabel dengan standar alpha sebesar 0,60. Pengambilan keputusannya yaitu jika cronbach's alpha > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel. Penyajian hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3. 3 Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Ket
Komunitas (X)	0,847	0,60	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,937	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3.3 terlihat bahwa variabel komunitas dan variabel minat beli memiliki cronbach's alpha > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil reliabilitas kedua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

Analisis Deskriptif

Variabel Komunitas (X)

Didalam variabel komunitas terdapat 3 indikaor yaitu adanya kesadaran yang sama, ritual dan tradisi, rasa tanggung jawab moral. Pada setiap indikator penulis menyediakan pernyataan pada konsumen. Berikut ini adalah penyajian data yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap adanya kesadaran yang sama.

Tabel 3. 4 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Adanya Kesadaran Yang Sama

No	Pertanyaan	Skala Likert					Skor	Ter	Kategori
		SS	S	N	TS	STS			
Adanya Kesadaran Yang Sama									
1	saya dan komunitas saya mengetahui tentang Titik kumpul	14	36	42	5	1	351	70,2	Baik
2	komunitas saya selalu memilih titik kumpul sebagai tempat berkumpul	22	39	30	7	0	370	74	Baik

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator adanya kesadaran yang sama. Terlihat bahwa kedua pernyataan dalam indikator adanya kesadaran yang sama memiliki klasifikasi baik. Pernyataan dengan nilai persentase tertinggi adalah pernyataan “komunitas saya selalu memilih titik kumpul sebagai tempat berkumpul” dengan nilai persentase sebesar 74%.

Tabel 3.5 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Ritual Dan Tradisi

No	Pertanyaan	Skala Likert					Skor	Ter	Kategori
		SS	S	N	TS	STS			
Ritual Dan Tradisi									
3	Saya dan komunitas saya berkumpul di Titik kumpul untuk merayakan ulang tahun anggota atau acara lain komunitas	17	43	27	10	1	359	71,8	Baik
4	saya dan komunitas saya suka menjadikan titik kumpul sebagai tempat berbagi cerita atau hanya sekedar berbincang satu sama lain.	22	36	35	5	0	369	73,8	Baik

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3.5 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator ritual dan tradisi. Terlihat bahwa kedua pernyataan dalam indikator adanya kesadaran yang sama memiliki klasifikasi baik. Pernyataan dengan nilai persentase tertinggi adalah pernyataan “saya dan komunitas saya suka menjadikan titik kumpul sebagai tempat berbagi cerita atau hanya sekedar berbincang satu sama lain.” dengan nilai persentase sebesar 73,8%.

Tabel 3. 6 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Ritual Dan Tradisi

No	Pertanyaan	Skala Likert					Skor	Ter	Kategori
		SS	S	N	TS	STS			
Rasa Tanggung Jawab Moral									
5	saya dan komunitas saya memahami batasan-batasan atau peraturan yang ada di titik kumpul	25	39	27	7	0	376	75,2	Baik
6	saya dan komunitas membantu untuk sesama anggota jika terjadi kesulitan	28	38	26	5	1	381	76,2	Baik

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3.6 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator rasa tanggung jawab moral. Terlihat bahwa kedua pernyataan dalam indikator adanya kesadaran yang sama memiliki klasifikasi baik. Pernyataan dengan nilai persentase tertinggi adalah pernyataan “saya dan komunitas membantu untuk sesama anggota jika terjadi kesulitan.” dengan nilai persentase sebesar 76,2%.

Variabel Minat Beli (Y)

Didalam variabel minat beli konsumen terdapat 4 indikaor yaitu minat transaksional, minat refresinisal, minat preferensial, minat eksploratif. Pada setiap indikator penulis menyediakan pernyataan pada konsumen. Berikut ini adalah penyajian data yang diperoleh dari hasil kuesioner terhadap variabel minat beli konsumen.

Tabel 3.7 Tanggan Responden Terhadap Indikator Minat Transaksional

No	Pertanyaan	Skala Likert					Skor	Ter	Kategori
		SS	S	N	TS	STS			
Minat Transaksional									
1	saya dan komunitas saya berminat membeli produk di Titik kumpul	23	44	23	7	1	375	75	Baik
2	saya dan komunitas saya memilih titik kumpul karena tempatnya yang bagus dan strategis	27	38	28	4	1	380	76	Baik

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3.7 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator minat transaksional. Terlihat bahwa kedua pernyataan dalam indikator minat transaksional memiliki klasifikasi baik. Pernyataan dengan nilai persentase tertinggi adalah pernyataan “saya 49 dan komunitas saya memilih titik kumpul karena tempatnya yang bagus dan strategis.” dengan nilai persentase sebesar 76%.

Tabel 3. 8 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Minat Refresinisial

No	Pertanyaan	Skala Likert					Skor	Tcr	Kategori
		SS	S	N	TS	STS			
Minat Refresinisial						0	0		
3	saya dan komunitas saya akan mereferensikan titik kumpul kepada komunitas atau orang lain	29	40	24	4	1	386	77,2	Baik
4	saya dan komunitas saya mempromosikan promo yang ada di titik kumpul	32	34	24	6	2	382	76,4	Baik

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3.7 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator minat refresinisial. Terlihat bahwa kedua pernyataan dalam indikator minat refresinisial memiliki klasifikasi baik. Pernyataan dengan nilai persentase tertinggi adalah pernyataan “saya dan komunitas saya akan mereferensikan titik kumpul kepada komunitas atau orang lain.” dengan nilai persentase sebesar 77,2%.

Tabel 3. 9 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Minat Preferensial

No	Pertanyaan	Skala Likert					Skor	Tcr	Kategori
		SS	S	RR	N	STS			
Minat Preferensial						0	0		
5	saya dan komunitas saya berminat membeli produk titik kumpul dibandingkan kafe lainnya	34	34	22	6	2	386	77,2	Baik
6	titik kumpul lebih menarik perhatian saya dan komunitas saya	35	34	23	5	1	391	78,2	Baik

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3.9 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator minat preferensial. Terlihat bahwa kedua pernyataan dalam indikator minat preferensial memiliki klasifikasi baik. Pernyataan dengan nilai persentase tertinggi adalah pernyataan “titik kumpul lebih menarik perhatian saya dan komunitas saya.” dengan nilai persentase sebesar 78,2%.

Tabel 3. 10 Tanggapan Responden Terhadap Indikator Minat Eksploratif

No	Pertanyaan	Skala Likert					Skor	Tcr	Kategori
		SS	S	RR	TS	STS			
Minat Eksploratif						0	0		
7	saya dan komunitas saya mencoba membeli produk lain yang ditawarkan titik kumpul	30	32	27	5	4	373	74,6	Baik
8	saya menanyakan informasi mengenai produk baru titik kumpul kepada sesama anggota komunitas yang sudah mencobanya.	32	30	29	3	4	377	75,4	Baik

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 3.10 menunjukkan nilai rata-rata responden untuk indikator minat Eksploratif. Terlihat bahwa kedua pernyataan dalam indikator minat eskploratif memiliki klasifikasi baik. Pernyataan dengan nilai persentase tertinggi adalah

pernyataan “saya menanyakan informasi mengenai produk baru titik kumpul kepada sesama anggota komunitas yang sudah mencobanya.” dengan nilai persentase sebesar 75,4%. 51

Uji Normalitas

Uji Normalitas Ghozali (2017:145) menyatakan bahwa uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang dianggap baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Budiman, 2020). Pengujian normalitas data menggunakan Test Of Normality Kolmogorov-smirnow dengan metode Monte Carlo dalam program komputer SPSS version 25,0 for windows. Kriteria pengambilan data adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai sig > 0,05 maka distribusi dari model regresi normal.
2. Jika nilai sig < 0,05 maka distribusi dari model regresi tidak normal

Penyajian Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 3.11 berikut ini:

Tabel 3. 11 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		<i>Unstandardized Residual</i>	
N		98	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	3,99884682	
Most Extreme Differences	Absolute	,119	
	Positive	,119	
	Negative	-,101	
Test Statistic		,119	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,002 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,119 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,111
		Upper Bound	,128
<i>a. Test distribution is Normal.</i>			
<i>b. Calculated from data.</i>			
<i>c. Lilliefors Significance Correction.</i>			
<i>d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.</i>			

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.10 terlihat bahwa nilai perhitungan one - sanple kolmogorov-smirnov dengan monte carlo sebesar 0,119. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi 0,119 > 0,05, hal ini berarti bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui hubungan yang linier dengan nilai nilai sig > α tabel Anova untuk Deviation from Linearity pada software SPSS ver 25.

Tabel 4. 12 Uji Linearitas

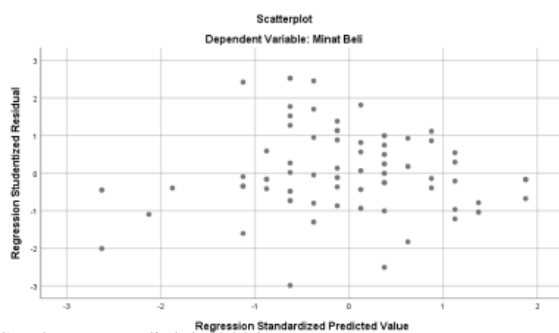
ANOVA Table						
			Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
Minat Beli * Komunitas	Between Groups	(Combined)	2714,435	14	193,888	11,902 ,000
		Linearity	2515,425	1	2515,425	154,412 ,000
		Deviation from Linearity	199,009	13	15,308	,940 ,517
	Within Groups		1352,096	83	16,290	
Total			4066,531	97		

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan gambar 4.12 terlihat bahwa nilai signifikansi deviation from linearity sebesar 0,517. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang liner antara variabel komunitas dengan variabel minat beli karena nilai sig 0,517 > nilai sig 0,05.

Uji Heterokedasitas

Uji heterokedasitas dilakukan untuk menguji apakah adanya terjadi ketidaksamaan variasi dari residual dari suatu pengamatan yang lainnya. Model regresi yang baik adalah tidak hetrokedasitas melainkan homokedasitas. Salah satunya yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi ZPRED dan nilai residunya SPRESID.



Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 3.13 terlihat bahwa tidak terjadinya heterokedasitas, hal ini dikarenakan plot menyebar disekitaran garis nol dan plot tidak membentuk pola seperti hanya menyebar di satu sisi saja melainkan plot menyebar di segala sisi.

Uji Regresi Linear Sederhana

Berikut hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana menggunakan program SPSS 25 dalam tabel 3.14 :

Tabel 3. 14 Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,451	2,333		1,050	,296
	Komunitas	1,274	,102	,786	12,477	,000

Sumber : Data diolah (2023)

Hasil persamaan regresi linear sederhana tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 2,452 mempunyai arti bahwa nilai konstanta menunjukkan angka yang positif yaitu sebesar 2,542, hal ini diartikan jika komunitas tetap (konstan) maka minat beli diperkirakan melebihi harapan
2. Variabel minat beli memiliki nilai koefisien yang positif yaitu sebesar 1,1247 , maka terdapat pengaruh yang positif antara komunitas terhadap minat beli konsumen.

Uji Pengaruh Parsial (Uji-t)

Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel coefficients pada kolom sig. dengan kriteria :

1. Jika probabilitas < 0,05, maka dapat dikatakan bahwa terdapat antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
2. Jika probabilitas > 0,05, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

Tabel 3. 15 Uji Pengaruh Parsial (Uji-t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,451	2,333		1,050	,296
	Komunitas	1,274	,102	,786	12,477	,000

Sumber : Data diolah (2023)

1. Menentukan Hipotesis

Ho : tidak terdapat pengaruh komunitas terhadap minat beli konsumen di Titik Kumpul Coffee Brewers Kota Batam.

Ha : terdapat pengaruh komunitas terhadap minat beli konsumen di Titik Kumpul Coffee Brewers Kota Batam.

2. Menentukan nilai T tabel

$$T = (a/2 : N-K-1)$$

$$T = (0,05/2 : 98-1-1)$$

$$T = (0,025 : 96) \text{ (hasil dapat pada distribusi nilai t tabel)}$$

$$T = 1,98498$$

3. Perhitungan untuk T hitung

Berdasarkan tabel 3.15 menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 12,477 dengan signifikansi 0,000, dimana pada taraf signifikansi sebesar 0,025 dengan df sebesar 96 diperoleh nilai t tabel sebesar 1,98498 sehingga nilai t hitung = 12,477 > 1,98498. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara komunitas terhadap minat beli konsumen di Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam.

SIMPULAN

Dari Hasil Penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan judul “Pengaruh Komunitas-kemunitas Terhadap Minat Beli Konsumen di Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam”. Alat pengujian dilakukan dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 25. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan deskripsi responden dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas komunitas-kemunitas yang ada Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam adalah komunitas Siswa/Mahasiswa hal ini dikarenakan kelompok Siswa/Mahasiswa ini lebih sering menggunakan Restoran sebagai tempat berkumpul, mengerjakan tugas, ataupun diskusi kelompok dibandingkan komunitas lainnya.

2. Berdasarkan analisis deskriptif menunjukkan bahwa sebuah komunitas-kemunitas memilih Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam sebagai tempat berkumpul mereka seperti untuk merayakan ulangtahun atau acara komunitas lainnya.. Secara keseluruhan pernyataan diterima dengan baik berdasarkan persentase TCR (Tingkat Capaian Responden).
3. Berdasarkan Uji hipotesis menggunakan uji Regresi linear sederhana didapatkan Variabel minat beli memiliki nilai koefisien yang positif yaitu sebesar 1,1247, maka terdapat pengaruh yang positif antara komunitas terhadap minat beli konsumen. Sedangkan berdasarkan uji-t diperoleh nilai thitung = 12,477 > 1,98498. Maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara komunitas-kemunitas terhadap minat beli konsumen di Restoran Sederhana Batu Aji Kota Batam.

DAFTAR PUSTAKA

- Jennifer (2022) *Pengaruh komunitas terhadap minat beli konsumen di titik kumpul coffee brewers kota batam.*
- Sugiyono, D. (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan.* Bandung: Alfabeta,.
- Veriasa, T.O. and Waite, M. (2020) ‘Memahami Konsep “Pengembangan Komunitas”’. Available at:
https://www.academia.edu/download/56100282/BAB1-Community_development_FINAL.pdf.