



# Pengaruh Lingkungan, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Angkringan Di Kota Tegal

<sup>1</sup>Sari Wiyanti, <sup>2</sup>Andre Maulana, <sup>3</sup>Amalia N.H, <sup>4</sup>Fathur Riziq Yusufi, <sup>5</sup>M. Yunus Erdiansyah

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Pancasakti Tegal

<sup>1</sup>saridysa0604@gmail.com, <sup>2</sup>andremaulanabrebes@gmail.com, <sup>3</sup>amalianurulhidaya@gmail.com, <sup>4</sup>fathuryusufi24@gmail.com, <sup>5</sup>yunuserdiansyah2468@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<b>Masuk:</b> 19 Juli 2023	Lingkungan, Persepsi Harga dan Gaya Hidup masyarakat kota Tegal sangat mempengaruhi niat beli konsumen di angkringan. Persaingan angkringan juga sangat tinggi menyebabkan minat beli konsumen mudah beralih. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh lingkungan, harga dan gaya hidup dalam mempengaruhi niat membeli Angkringan di Kota Tegal. Data yang digunakan adalah data primer. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling dan metode accidental sampling. Pengambilan sampel yang tidak disengaja. Analisis pengolahan data yaitu analisis regresi linier berganda, uji t (parsial), uji F (simultan) dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,729 > 1,661$ dan $sig. 0,017 < 0,05$ , berarti H1 diterima. Hasil uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,274 > 1,661$ dan $sig. 0,000 < 0,05$ berarti H2 diterima; Hasil uji t diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,516 > 1,661$ dan $sig. 0,014 < 0,05$ berarti H3 diterima. Hasil uji F diperoleh $f_{hitung} > f_{tabel}$ $32,039 > 2,467$ dengan nilai $sig. 0,00$ yang berarti nilai $sig. < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$ , berarti H4 diterima. Kesimpulan dari hasil uji t adalah lingkungan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen; Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli; dan Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di Kota Tegal. Hasil uji F yaitu Environment, Perceived Price dan Lifestyle berpengaruh positif terhadap Purchase Intention konsumen Angkringan di Kota Tegal
<b>Diterima:</b> 26 Juli 2023	
<b>Diterbitkan:</b> 01 Agustus 2023	
<b>Kata Kunci:</b> Lingkungan, Harga, Gaya Hidup,	

## PENDAHULUAN

Kota Tegal adalah wilayah pesisir terletak di sepanjang pantai utara dengan udara yang panas sehingga pada malam hari banyak masyarakat yang sering diluar rumah. Tidak hanya orang tua juga anak muda untuk berkumpul dan bersantai di malam hari sambil menikmati makanan atau minuman angkringan dipinggir jalan. Walaupun begadang di malam hari masyarakat tetap menjaga kesehatannya yaitu dengan minum jahe di angkringan. Jahe memberi rasa hangat di tubuh sehingga tidak mudah masuk angin, serta banyak manfaat bagi kesehatan. Angkringan adalah salah satu usaha kuliner tradisional yang berasal dari Jawa Tengah. Hal ini dapat dilihat fenomena disepanjang jalan kota Tegal ada angkringan dan selalu ada pengunjungnya baik anak muda maupun usia dewasa.

Lingkungan sangat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap angkringan seperti letak geografis dan lingkungan sosial masyarakatnya. Letak geografis kota Tegal yang berada dipesisir pantai dengan angin yang bertiup kencang mempengaruhi masyarakatnya mengkonsumsi minuman jahe yang dijual oleh angkringan. Minat beli konsumen yang tinggi berdampak bisnis angkringan dikota Tegal sangat maju dan persaingan angkringan juga sangat tinggi. Persaingan yang tinggi menyebabkan konsumen mudah beralih dari satu angkringan ke angkringan yang lainnya. Pengaruh lingkungan dan perilaku individu sangat mempengaruhi reaksi konsumen, motivasi konsumen dan keterlibatan, pengetahuan, dan sikap (Sangadji, Etta Mamang, & Sopiah, 2013: 40). Konsumen beserta kelompok sosialnya akan selalu termotivasi untuk selalu mencoba dan membandingkan antar angkringan.

Selain faktor lingkungan ,harga juga termasuk salah satu yang mempengaruhi minat beli terhadap angkringan. Angkringan sangat diminati karena angkringan memiliki harga yang murah. Produk yang dijual oleh angringan seperti jahe, nasi kucing, sate telur puyuh, sate jeroan, tahu dan tempe bacem martabak, pisang rebus, ubi rebus, dan lain-lain dengan harga terjangkau bagi anak muda. Harga adalah "sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut" (Kotler P. & Garry Armstrong, 2016: 212). Karena angkringan satu dengan yang lainnya menetapkan harga produk yang sama sehingga konsumen bebas menentukan minat belinya ke angkringan dimana saja yang disukai konsumen.

Banyak konsumen cenderung memilih tempat makan yang modern dan bergaya, seperti cafe atau restoran. Gaya hidup masyarakat kota Tegal yang konsumtif dan suka berkumpul secara berkelompok sangat mempengaruhi minat beli

konsumen terhadap angkringan. Gaya Hidup konsumen yang membeli angkringan seringkali mereka yang suka berkumpul dan bersantai dengan teman-teman pada malam hari dengan sekedar menikmati makanan dan minuman angkringan. Demikian juga bagi konsumen yang memiliki gaya hidup sehat, mereka akan rutin minum jahe angkringan untuk kesehatannya. Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan perilaku tertentu sekelompok orang atau masyarakat yang menganut nilai-nilai atau tata hidup yang hampir sama (Setiadi, Perilaku Konsumen ;Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Kegiatan Konsumen, 2019: 79).

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh lingkungan, harga dan gaya hidup dalam mempengaruhi minat beli Angkringan di kota Tegal. Penelitian ini merujuk pada penelitian Rizky Ramadhan Aprian Aditama, 2018 yang berjudul “Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Dan Acuan Kelompok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Angkringan Modern Di Kota Solo”.

Penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya yaitu <sup>1</sup>Penelitian Muhammad Khairullah yang berjudul “Analisis Pengaruh Variabel Demografis Terhadap Minat Beli Jajanan Tradisional di Kecamatan Kraton Yogyakarta” dengan hasil penelitian terdapat hubungan variabel demografi terhadap Minat Beli masyarakat pada jajanan tradisional, baik dilihat dari segi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, gaya hidup, kelompok acuan dan budaya mempengaruhi masyarakat. <sup>2</sup> Penelitian Mochamad Fahri Ardiansyah dan Jamaludin Khalid, 2022 yang berjudul “Pengaruh Promosi, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen” dengan hasil penelitian dengan uji t bahwa promosi penjualan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, untuk persepsi harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Angkringan Nineteen. <sup>3</sup>Penelitian Ayu Wulansari dan Intisari Haryanti, 2021 yang berjudul “Pengaruh *Physical Environment* Terhadap Minat Beli Konsumen” dengan hasil penelitian variabel *Physical Environment* berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen (studi pada kafe yuank premium) kota Bima. *Physical Environment* meliputi penataan ruang yang efektif, desig interior dan dekorasi atraktif, pencahayaan, sirkulasi udara, AC, kebersihan dan lain-lain sangat penting untuk pegunjung atau konsumen menghabiskan waktunya untuk menikmati makanan dan minuman juga mencari kenyamanan. <sup>4</sup>Penelitian Ni Putu Ayu Widyastuti dan I.G.N Jaya Agung Widagda K yang berjudul penelitian “Pengaruh faktor Demografi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Perilaku Membaca Atribut Label (Studi Kasus : Susu UHT Ultrajaya Di Kota Denpasar”, dengan hasil penelitiandengan uji t bahwa ketiga variabel yaitu faktor demografi, dan lingkungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian”. <sup>5</sup> Penelitian Steven Lo, 2019 yang berjudul “Pengaruh Karakteristik Demografis Dan Gaya Hidup Terhadap Niat Beli di Strabuck” dengan hasil penelitian dari hasil uji t bahwa kedua variabel yaitu karakteristik demografis dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap niat beli”.

## KAJIAN PUSTAKA

### MINAT BELI

Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk (Kotler P. & Keller Kevin Lane, 2003: 206) . Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku sikap konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk, seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu *merk* atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu *merk* ke *merk* lainnya.

### LINGKUNGAN

Faktor lingkungan dan perilaku individu sangat mempengaruhi reaksi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Tidak jarang konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk karena pengaruh faktor lingkungan dan perbedaan perilaku. Pengaruh lingkungan dan perilaku individu sangat mempengaruhi reaksi konsumen, motivasi konsumen dan keterlibatan, pengetahuan, dan sikap (Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, 2013: 40). Lingkungan berpengaruh terhadap panca indera (penglihatan, penciuman, pendengaran, dll.). Lingkungan adalah hal penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dilakukan di tempat pembelian terutama ketika memilih barang. Keputusan belanja dipengaruhi oleh kepercayaan, sikap, dan nilai-nilai pelanggan dan faktor dalam lingkungan sosial pelanggan. Lingkungan konsumen yang sangat mempengaruhi dalam pola konsumsi diantaranya adalah keluarga, kerabat, teman, sekolah/pendidikan, dan sosial masyarakat.

### HARGA

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:212) harga adalah “jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau sejumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”. Harga mempunyai pengaruh langsung bagi laba perusahaan. Harga juga mempunyai peran utama dalam menciptakan nilai pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan. Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi

### GAYA HIDUP

Menurut Sumarwan (2011:57) gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interests, opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Gaya hidup sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan harapan. Gaya hidup (*lifestyle*) merupakan

perilaku tertentu sekelompok orang atau masyarakat yang menganut nilai-nilai atau tata hidup yang hampir sama (Setiadi, 2019: 79).

### HIPOTESIS

Hipotesis menurut Suliyanto (2012; 100) adalah pernyataan yang lemah masih perlu diuji kebenarannya. Hipotesis merupakan proporsi yang dirumuskan untuk diuji kebenarannya. Dan hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Lingkungan berpengaruh positif terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di Kota Tegal  
 H2 : Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di Kota Tegal  
 H3 : Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di Kota Tegal  
 H4 : Lingkungan, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup berpengaruh positif secara simultan terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di Kota Tegal.

### METODE PENELITIAN

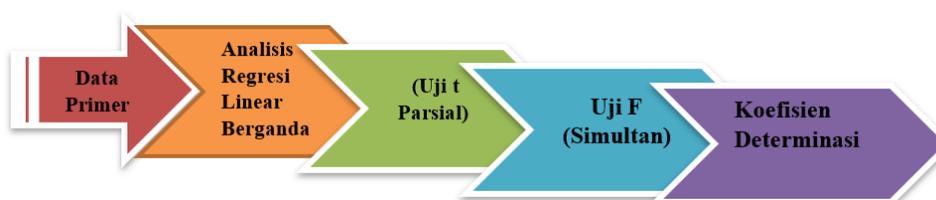
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Suliyanto (2018; 20) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasarkan pada data kuantitatif, yang berbentuk angka atau bilangan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen angkringan di kota Tegal. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen angkringan di kota Tegal. Menurut Sugiyono (2019:136) karena populasi tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, maka perlu ditetapkan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus Cochran. Perhitungan sampel dengan rumus Cochran dapat dilihat sebagai berikut.

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} \quad (1)$$

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5)}{(0,10^2)} = 96,04 \quad (2)$$

Dari hasil di atas adalah 96,04 merupakan pecahan menurut Sugiyono (2019:143) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang responden. Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *non probability sampling* yaitu teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Sedangkan penentuan pengambilan jumlah responden (sampel) dilakukan melalui metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik penelitian sampel berdasarkan kebetulan, yaitu memilih responden dengan cara mendatangi responden kemudian memilih calon responden yang ditemui secara kebetulan, namun calon responden harus memiliki karakteristik tertentu (Sugiyono, 2010), yaitu konsumen angkringan di kota Tegal.

Teknik analisis data penelitian merupakan proses mengolah data yang telah diperoleh dilapangan agar menjadi informasi (Suliyanto, 2018). Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Suliyanto, 2011; 53). Tahapan dalam teknik analisis pengolahan data menggunakan SPSS 25 yaitu analisis regresi linear berganda, uji t (parsial), uji F (simultan) dan koefisien determinasi yang dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar 1  
Tahapan Teknik analisis data

Dari gambar 1 diatas dapat dijelaskan

- Data responden yang terkumpul dari penyebaran kuesioner yang akan diperoleh jawaban responden dari tiap variabel, dari angka dari 1 – 5 kemudian dimasukkan ke dalam program SPSS 25
- Data tiap variabel akan dianalisis dengan Analisis Regresi Linear Berganda  
Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk memprediksi besarnya keterkaitan dengan menggunakan data variabel bebas yang sudah diketahui besarnya (Suliyanto, 2012: 53)
- Data di uji dengan uji t (uji parsial)  
Uji t (parsial) nilai t hitung digunakan untuk menguji apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung atau tidak (Suliyanto, 2012: 62)
- Data di uji dengan uji F (Uji Simultan)  
Uji F sebagai uji simultan, untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel tergantung atau tidak. Nilai uji F hitung digunakan untuk menguji ketepatan model (*goodness of fit*) (Suliyanto, Ekonometrika Terapan, 2012: 61).

## e) Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Pada pengujian hipotesis pertama koefisien determinasi dilihat dari besarnya nilai (Adjusted R<sup>2</sup>) untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda ialah alat analisis nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidak nya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih. Analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mendapatkan gambaran pengaruh Lingkungan (X1), Persepsi Harga (X2), dan Gaya Hidup (X3) secara bersama-sama terhadap minat beli (Y). Hasil Analisis Regresi Berganda dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini :

**Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.334	2.126		3.919	.000
	Lingkungan	.112	.065	.125	1.729	.017
	Persepsi Harga	.228	.044	.505	5.158	.000
	Gaya Hidup	.110	.044	.246	2.516	.014

a. Dependent Variable: Minat\_Beli

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 1, dapat ditentukan persamaan regresi X1, X2, dan X3 terhadap Y. Sugiyono (2017:253) menyatakan bahwa persamaan regresi ganda yaitu:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Nilai konstanta (a) dapat dibaca pada baris Constant kolom B yaitu 5,906 Nilai koefisien Lingkungan (b1) adalah 0,112; koefisien Persepsi Harga (b2) adalah 0,228; dan koefisien gaya hidup (b3) adalah 0,110. Berdasarkan nilai tersebut, maka persamaan regresi linier berganda Lingkungan (X1), Persepsi Harga (X2), Gaya Hidup (X3), dan secara bersama-sama terhadap minat beli (Y) yaitu:

$$Y' = 8,334 + 0,112 X_1 + 0,228 X_2 + 0,110 X_3$$

Setelah diperoleh persamaan regresi ganda X1, X2, dan X3 terhadap Y, maka penjelasan tentang persamaan tersebut yaitu sebagai berikut :

- Konstanta sebesar 5,906; artinya jika pengaruh Lingkungan (X1), Persepsi Harga (X2), dan Gaya Hidup (X3) bernilai nol, maka Minat Beli (Y) nilainya sebesar 8,334.
- Koefisien regresi Lingkungan (X1) terhadap Minat Beli bernilai positif sebesar 0,112 artinya jika Lingkungan mengalami kenaikan 1, maka minat beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,112, koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Lingkungan dan Minat Beli maka semakin tinggi pengaruh Lingkungan maka semakin meningkatkan Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal
- Koefisien regresi Persepsi Harga (X2) terhadap Minat Beli bernilai positif sebesar 0,228; artinya jika Persepsi Harga mengalami kenaikan 1, maka Persepsi Harga akan mengalami peningkatan sebesar 0,228. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Persepsi Harga dan Minat Beli maka semakin tinggi Persepsi Harga maka semakin meningkatkan Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal.
- Koefisien regresi Gaya Hidup (X3) terhadap Minat Beli bernilai positif sebesar 0,110; artinya jika Gaya Hidup mengalami kenaikan 1, maka Minat Beli akan mengalami peningkatan sebesar 0,110. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Gaya Hidup dan Minat Beli maka semakin tinggi Gaya Hidup konsumen maka semakin meningkatkan Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal

#### Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini, uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara terpisah berpengaruh terhadap hasil belajar (Y). Kriteria pengambilan keputusan yaitu jika nilai sig. < 0,05 maka H0 ditolak, dan Ha diterima. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel dibawah ini

**Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial)**

		Coefficients <sup>a</sup>			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model				t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.334	2.126		3.919	.000
	Lingkungan	.112	.065	.125	1.729	.017
	Persepsi_Harga	.228	.044	.505	5.158	.000
	Gaya_Hidup	.110	.044	.246	2.516	.014

a. Dependent Variable: Minat\_Beli

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Hasil uji t tabel 2, bahwa tiap variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Variabel Lingkungan terhadap Minat Beli nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,729 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $1,729 > 1,661$  dengan nilai sig  $0,017 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Lingkungan terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal.
- b) Variabel Persepsi Harga terhadap Minat Beli nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,274 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,158 > 1,661$  dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Persepsi Harga terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di Tegal.
- c) Variabel Gaya Hidup terhadap Minat Beli didapatkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,516 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,516 > 1,661$  dengan nilai sig.  $0,014 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Gaya Hidup terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal.

**Tabel Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X1, X2, X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel Lingkungan, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli. Kriteria pengambilan keputusan jika nilai sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima bila dilakukan secara simultan. Dan dilakukan dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , dengan kriteria uji F yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  berarti hipotesis terbukti, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima bila dilakukan secara simultan. Ringkasan hasil uji F dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	534.349	3	178.116	32.039	.000 <sup>b</sup>
	Residual	533.691	96	5.559		
	Total	1068.040	99			

a. Dependent Variable: Minat\_Beli  
 b. Predictors: (Constant), Gaya\_Hidup, Lingkungan, Persepsi\_Harga

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 3, hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 25 diperoleh  $f_{hitung}$  32,039 yang artinya lebih besar dari  $f_{tabel}$  yaitu  $32,039 > 2,467$  dengan nilai sig  $0,00$  artinya nilai sig.  $< 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat diartikan  $H_0$  ditolak maka  $H_4$  diterima. Jadi, hipotesis adanya pengaruh Lingkungan, Harga, Persepsi dan Gaya Hidup secara simultan terhadap Minat Beli konsumen Angkringan **terbukti atau diterima**. Berdasarkan uji F yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Lingkungan, Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal.

**Uji Determinan**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui presentase sebesarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R square pada tabel Model Summary menunjukkan nilai koefisien determinasi. Nilai koefisien korelasi di kolom R Square pada output Model Summary dimasukkan ke dalam rumus derajat koefisien determinasi. Rumus yang digunakan yaitu  $KP = R^2 \times 100\%$ , KP adalah nilai koefisien determinasi dan r melambangkan nilai koefisien korelasi. Ringkasan nilai R square dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.707 <sup>a</sup>	.500	.485	2.358	.500	32.039	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Gaya\_Hidup, Lingkungan, Persepsi\_Harga  
 b. Dependent Variable: Minat\_Beli

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel 4, nilai koefisien korelasi pada kolom R Square yang dihasilkan adalah 45.630. Persamaan derajat koefisien determinasi yang terbentuk adalah  $KP = R^2 \times 100\% = 0,485 \times 100\% = 48,5\%$ . Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa persentase kontribusi variabel Lingkungan, Harga, dan Gaya Hidup secara bersama-sama terhadap Minat Beli sebesar 48,5 %, sisanya yaitu 51,5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Pembahasan

### a) Pengaruh Lingkungan terhadap Minat Beli Angkringan di Tegal

Koefisien regresi Lingkungan (X1) terhadap Minat Beli bernilai positif sebesar 0,112 dengan hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,729 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $1,729 > 1,661$  dengan nilai sig  $0,017 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Lingkungan terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal.

Implikasi praktis pengaruh lingkungan, berdasarkan hasil survey ke konsumen, bahwa mereka minat beli ke Angkringan karena kota Tegal yang berada dipesisir pantai, pada saat didalam rumah terasa panas sehingga lebih enak berada diluar rumah. Masyarakat akan memanfaatkan angkringan sebagai tempat singgahan sambil minum jahe untuk menghindari masuk angin akibat kencangnya angin pantai pada malam hari. Konsumen muda senang ke angkringan karena pengaruh teman-temannya baik teman bermain, teman sekolah ataupun teman kerja. Angkringan memberikan kesan merakyat tanpa membedakan gender, usia, status sosial dan pendapatan konsumennya, tetapi mampu memenuhi kebutuhan konsumennya dengan produk-produk kulinernya.

### b) Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Angkringan di Tegal

Koefisien regresi Persepsi Harga (X2) terhadap Minat Beli bernilai positif sebesar 0,228; dengan hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,274 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,274 > 1,661$  dengan nilai sig. =  $0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Persepsi Harga terhadap Minat Beli konsumen angkringan di Tegal.

Implikasi praktis Persepsi Harga diperoleh dari hasil survey pada konsumen angkringan, harga faktor utama penentu terhadap minat beli angkringan di Tegal. Harga produk angkringan yang ditetapkan memudahkan konsumen untuk menentukan pembeliannya sesuai dengan keuangan mereka. Konsumen tidak perlu ragu-ragu atau khawatir pada saat makan atau minum di angkringan terutama bagi anak muda yang merupakan pelajar atau mahasiswa. Harga yang terjangkau dengan manfaat yang lebih memberikan kepeminatan konsumen terhadap angkringan sangat tinggi. Persepsi harga mempunyai dampak langsung pada minat beli konsumen untuk memutuskan pembeliannya. Menurut konsumen, dengan uang Rp. 10.000,- mereka dapat menikmati minum jahe, nasi kucing dan gorengan atau produk lainnya. Hal inilah yang menyebabkan angkringan di kota Tegal sangat diminati oleh semua usia baik anak muda maupun dewasa.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Abdul Rahman Efendi, Siti Saroh, Ratna Nikin Hardati, 2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi harga terhadap minat beli angkringan.

### c) Pengaruh gaya hidup terhadap minat beli angkringan di Tegal

Koefisien regresi Gaya Hidup (X3) terhadap Minat Beli bernilai positif sebesar 0,110; hasil uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,516 yang berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,516 > 1,661$  dengan nilai sig.  $0,014 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Gaya Hidup terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal.

Dalam implikasi praktisnya Gaya Hidup diperoleh dari survey konsumen, gaya hidup masyarakat kota Tegal yang konsumtif sehingga mereka mudah membeli apa saja untuk memenuhi kebutuhannya. Pada saat mereka berkumpul dengan teman-temannya di angkringan. Konsumen yang royal akan membeli produk konsumen untuk dinikmati bersama-sama. Tak jarang mereka akan mentraktir pembelian makanan dan minuman secara bergantian apabila berkumpul bersama. Gaya hidup cerminan sosial masyarakat kota Tegal adalah konsumtif, senang jalan-jalan dan berbelanja. Tak heran kota Tegal yang merupakan kota kecil banyak Angkringan ada di sepanjang jalan dan pasti ada peminatnya

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (ALPINE MANDALA PUTRA, 2022) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh terhadap minat beli angkringan di Tegal.

### d) Pengaruh Lingkungan, Persepsi Harga, Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Angkringan Di Kota Tegal.

Hasil uji F diperoleh  $f_{hitung}$  32,039 yang artinya lebih besar dari  $f_{tabel}$  yaitu  $32,039 > 2,467$  dengan nilai sig 0,00 artinya nilai sig.  $< 0,05$  atau  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat diartikan  $H_0$  ditolak maka  $H_4$  diterima. Jadi, hipotesis adanya pengaruh Lingkungan, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup secara simultan terhadap Minat Beli konsumen Angkringan **terbukti atau diterima**. Berdasarkan uji F yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif Lingkungan, Persepsi Harga dan Gaya Hidup secara bersama-sama terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal.

Lingkungan konsumen sangat mempengaruhi minat beli Angkringan di kota Tegal, yaitu lingkungan geografis, demografis dan sosial mendorong konsumen terhadap Minat beli Angkringan di kota Tegal. Geografis kota Tegal yang berada dipesisir pantai yang panas tetapi angin pantai yang kencang di malam hari sehingga konsumen lebih minat konsumsi minuman jahe di angkringan untuk menjaga kesehatan. Demikian juga secara demografi, peminat angkringan tidak memandang pendapatan atau pekerjaan. Konsumen dengan pendapatan tinggi ataupun rendah dapat

menikmati produk angkringan dengan harga yang murah. Pendidikan konsumen Angkringan juga tidak hanya konsumen berpendidikan rendah tetapi juga berpendidikan Sarjana. Produk Angkringan tidak memandang status sosial konsumennya, sehingga konsumen dari status sosial bawah maupun atas dapat menikmati di Angkringan tanpa kesenjangan sosial yang terjadi.

Harga menjadi pertimbangan utama sebagai penentu kepeminatan pembelian suatu produk. Persepsi harga terhadap Angkringan sudah melekat di benak konsumen dengan harga murah dan terjangkau. Konsumen di kota Tegal tidak perlu mengkhawatirkan harga produk di Angkringan, karena harga produk yang ditetapkan sama oleh seluruh angkringan yang ada di kota Tegal. Keseragaman harga ini berdampak pada tingginya minat beli konsumen Angkringan di kota Tegal.

Gaya hidup masyarakat kota Tegal yang konsumtif sangat mudah membelanjakan uangnya untuk memenuhi kebutuhannya. Demikian juga pada saat memiliki minat terhadap produk Angkringan maka mereka akan berkumpul bersama teman-temannya dengan disajikan berbagai macam produk yang di sediakan. Gaya hidup inilah sehingga banyak Angkringan di pinggir-pinggir jalan di kota Tegal.

Sehingga terbukti ketiga yaitu variabel Lingkungan, Persepsi Harga dan Gaya Hidup memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen Angkringan di Kota Tegal.

Selain variabel Lingkungan, Persepsi Harga dan Gaya Hidup terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi Minat Beli sebesar 51,5 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian antara lain pengetahuan produk, manfaat produk, kesadaran konsumen, lokasi dan lain-lain.

## KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah Lingkungan berpengaruh positif terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal. Semakin tinggi pengaruh lingkungan semakin meningkatkan minat beli konsumen di kota Tegal. Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Minat Beli konsumen Angkringan di kota Tegal. Semakin tinggi persepsi harga produk Angkringan terjangkau, semakin meningkatkan Minat Beli Konsumen Angkringan di kota Tegal. Gaya Hidup konsumen berpengaruh positif terhadap Minat Beli konsumen kota Tegal. Semakin tinggi gaya hidup konsumtif konsumen, maka akan semakin meningkatkan Minat Beli Angkringan di kota Tegal.

Saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu untuk meningkatkan minat beli konsumen Angkringan, dengan menambahkan variabel pengetahuan produk, manfaat produk, kesadaran konsumen, lokasi dan lain-lain.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih pada Angkringan di kota Tegal serta pihak-pihak lain yang terlibat dan telah membantu guna menyelesaikan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan. (2020, Maret). Pengaruh Atmosfer Cafe, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Dokter Kupa Cafe di Kota Lhokseumawe). *Jurnal Visioner & Strategis*, 15-25.
- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa* (Cetakan ke 13 ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Andriani, D. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Resto Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe And Resto Sugar Rush Di Bontang. *eJournal Administrasi Bisnis*, 8 Nomor 1, 26-34. Retrieved from [ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id)
- Ardiansyah, M. F., & Jamaludin Khalid. (2022). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Angkringan Nineteen. *Humantech : Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1 No. 1.
- Baskoro, D. A., & Mahmudah, F. (2021, November). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Keputusan Pembelian. 3 No. 2. doi:DOI <https://doi.org/10.21632/garuda.3.2.136-162>
- Cardia, D. I., I Wayang Santika, & Ni Nyoman Rsi Respati. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *EJMUNUD-E-Jurnal Manajemen*, 8 No. 11. doi:DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i11.p19>
- Hidayatullah, G. F., & Zahara, Z. (2020, Januari). Peran Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Orange Puncak Padanjese. *Jurnal Ilmu Manajemen Tadulako*, 6 No. 1, 070-078.
- Khairullah, M. (2020, Juni). Analisis Pengaruh Variabel Demografis Terhadap Minat Beli Jajanan Tradisional di Kecamatan Kraton Yogyakarta. *IJIEB : Indonesian Journal Of Islamic Economics dan Business*, 5 nomor 1, 15-31. Retrieved from <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Kotler, A. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi 12 Jilid 2* (12 Jilid 2 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1* (12 Jilid 1 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller Kevin Lane. (2003: 206). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008 ). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1* (13 jilid 1 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 2* (13 ed.). Erlangga.

- Kurnain, R. N. (2021). Pengaruh Cafe Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Fruts Cafe Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9 No. 2.
- Lo, S. (2019). Pengaruh Karakteristik Demografis Dan Gaya Terhadap Niat Beli Di Starbucks. *AGORA*, 7 No. 2.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 3*. Salemba Empat.
- Nur, M. S., & Mariah M. (2020, Januari). Analisis Pengaruh Suasana Restoran dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Restoran Limbung Mas Indah Kabupaten Gowa. *3 No. 1*. doi:<https://doi.org/10.56858/jmpkn.v3i1.23>
- R, M. S., & Mariah. (2020). Analisis Pengaruh Suasana Restoran dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Limbung Mas Indah Kabupaten Gowa. Retrieved from <https://ojs.nitromks.ac.id/index.php/JMPKN/article/download/23/25/49>
- Rasyid, H. A., & Indah, A. T. (2018, Maret). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang. *Perspektif*, XVI no. 1, 40-49.
- Sangadji, E. m., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Sangadji, Etta Mamang, & Sopiah. (2013: 40). Andi Ofsset.
- Sari, I. P., & Lukman Nasution. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Sepatu Crocodile di Plaza Medan Fair. *JURPEM : Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen*, 2 No. 3. Retrieved from <http://www.jurnalpatronisstitute.org/index.php/jurpem/article/view/97>
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen ;Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Kegiatan Konsumen*. Prenadamedia Group.
- Setiadi, N. J. (2019: 79). *Perilaku Konsumen ;Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Kegiatan Konsumen*. Prenadamedia.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2012: 53). *Ekonometrika Terapan*. Andi Offset.
- Suliyanto. (2012: 61). *Ekonometrika Terapan*. Andi Offset.
- Suliyanto. (2012: 62). *Ekonometrika Terapan*. Andi Ofsset.
- Suliyanto. (2012; 61). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi Dengan SPSS*. CV Andi Offset.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. YOGYAKARTA: ANDI OFFSET.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Sumarwan, U. (2012). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2012: 148). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Ghalia Indonesia.
- Sutopo, N. E. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Mobilio Di Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-15.
- Wietama, W., & Febriansyah. (2021, Maret). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sabana Fried Chicken. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1 No. 1. Retrieved from <https://journal.moestopo.ac.id>
- Wulansari, A., & Intisari Haryanti. (2021, Juli). Pengaruh Physical Environment Terhadap Minat Beli Konsumen. *Equilibrium : Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 18 (02). Retrieved from <https://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium>