

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Para Pedagang Buah pada PT. Aneka Buah Pratama Rantau prapat

Syarif Hasa Harahap^{1*}, Nurhabibah Ritonga²,

¹Ekonomi, Manajemen Universitas Al Wshliyah Labuhanbatu Sumatera Utara Indonesia

²Ekonomi, Manajemen Universitas Al Wshliyah Labuhanbatu Sumatera Utara Indonesia

Email: ¹Syarifhasan097@gmail.com ²beib.ritongan87@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Para Pedagang Buah Pada PT. Aneka Buah Pratama Rantau Prapat, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para Pegawai yang ada pada PT. Aneka Buah Pratama Rantau Prapat, waktu penelitian dari bulan februari sampai juli 2021 yang tidak dapat ditentukan jumlahnya. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus arikunto dengan jumlah 50 orang dan Metode analisis yang dipergunakan adalah metode analisis deskriptif, Uji Validitas Tes, Reliabilitas, Uji Normalitas, Homogenitas dan Uji hipotesis. Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa Harga berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli di PT. Aneka Buah Pratama Rantau Prapat. Hasil uji hipotesis diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,018 > 1,675$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli di PT. Aneka Buah Pratama Rantau Prapat. Sedangkan untuk Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli di PT. Aneka Buah Pratama Rantau Prapat. Hasil uji hipotesis diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,836 > 1,675$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas produk terhadap minat beli di PT. Aneka Buah Pratama Rantau Prapat. Kemudian Hasil pengujian hipotesis secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas produk berpengaruh secara serempak dan signifikan terhadap minat beli di PT. Aneka Buah Pratama Rantau Prapat. Hasil uji hipotesis diperoleh bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $6,488 > 3,20$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga ada pengaruh yang signifikan antara harga dan Kualitas produk terhadap minat beli di PT. Aneka Buah Pratama Rantau Prapat

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Minat beli.

Abstract

This study aimed to know the influence of Price and Quality of Interest Buy Products Fruit Traders PT. Assorted Fruit Primary Rantau Prapat, both qualitatively and quantitatively. The population in this study is the employee who is on PT. Assorted Fruit Primary Rantau Prapat, a study from the month of February to July 2021 which can not be quantified. Determination of the number of samples using the formula Arikunto with the number 50 and the method of analysis used analysis method descriptive, Test Validity, reliability, normality test, homogeneity and Test hypothesis. Result partial hypothesis testing (t test) showed that the influential and significant price to interest buy PT. Assorted Fruit Primary Rantau Prapat. Hypothesis test results obtained that $t_{count} > t_{table}$ is $2.018 > 1.675$ then H_0 rejected and H_1 accepted, so there is significant relationship between the price of the buying interest in PT. Assorted Fruit Primary Rantau Prapat. As for the effect on product quality and significant buying interest in PT. Assorted Fruit Primary Rantau Prapat. Hypothesis test results obtained that $t_{count} > t_{table}$ is $2.836 > 1.675$ then H_0 rejected and H_2 received, so there is significant influence between the quality of the products to the buying interest in PT. Assorted Fruit Primary Rantau Prapat. Then the results of simultaneous hypothesis testing (test F) indicates that the price and quality of products simultaneously and significantly affect interest buy PT. Assorted Fruit Primary Rantau Prapat. Hypothesis test results showed that $F_{count} > F_{table}$ is $6.488 > 3.20$ then H_0 is rejected and H_3 received, so there is significant influence between price and quality of the products to the buying interest in PT. Assorted Fruit Primary Rantau Prapat.

Keywords: price, product quality, intention to purchase.

1. PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan adalah mencari laba sebanyak-banyaknya. Kesuksesan sebuah perusahaan dalam mencapai target omset itu sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya. Karena itu, untuk menarik minat beli pelanggan dan menaikkan omset penjualan maka perusahaan harus menggunakan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan kondisi pasar yang dihadapi. Mengingat tingkat persaingan bisnis terus meningkat, pihak perusahaan juga harus meningkatkan kinerja pelayanan yang baik untuk menjaga hubungan bisnis jangka panjang dengan pelanggan dan calon pelanggan lainnya. Harga juga menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. Sudah bisa dipastikan jika harga produk suatu perusahaan murah maka akan banyak pelanggan yang menjalin hubungan bisnis dengan perusahaan tersebut. Jika perusahaan menjual produk dengan harga yang semakin hari semakin mahal maka dipastikan para pelanggan akan mencari perusahaan lain yang menjual produk yang lebih murah. Dalam bisnis distribusi buah impor jika harga buah perkotaknya selisih harga Rp.10.000 pelanggan akan mencari perusahaan yang menjual produk lebih murah.

Dimasa pandemi Covid-19 ini tidak heran jika mendengar omset semua sektor perdagangan menurun drastis. Bukan hanya di negeri sendiri, semua negara merasakan hal yang sama. Salah satu perusahaan di Rantau prapat yang bergerak dibidang distributor buah-buahan impor juga turut merasakan menurunnya omset.

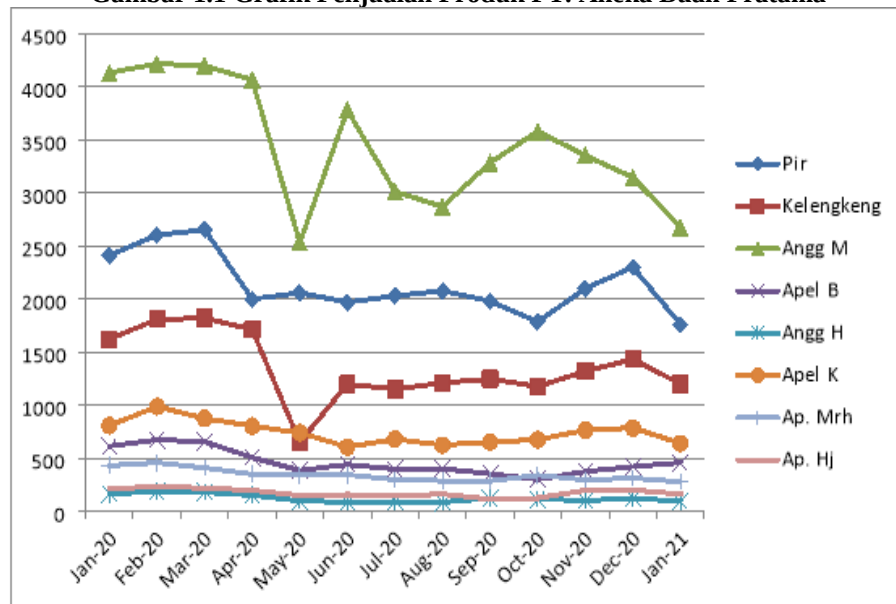
Bahkan termasuk yang paling merasakan menurunnya omset sebab semua proses kerja perusahaan tersebut bergantung dari impor barang dari negara lain.

PT. Aneka Buah Pratama saat ini sedang mengalami masa-masa sulit. Omset menurun drastis, semua kegiatan pekerjaan terganggu dikarenakan pandemi Covid-19, hampir perusahaan ini mengalami kegagalan akibat pandemi Covid-19 ini. Dikarenakan wabah virus Covid ini, maka tidak ada kegiatan impor, alhasil sumber distribusi lumpuh total. Sekitar 4 bulan lalu perusahaan ini baru saja melakukan pembelian (impor) produk sehingga stok barang di gudang cukup untuk dijual dalam jangka 4 bulan kedepan. Para karyawan khawatir adanya pemutusan hubungan kerja (phk) karena sudah banyak perusahaan yang memberhentikan karyawan nya dimasa pandemi ini. Setelah lebih kurang 3 bulan negeri ini dilanda pandemic, akhirnya pemerintah menetapkan sebuah sistem dalam menghadapi pandemi ini yaitu dengan menjalankan sistem *new normal* atau sistem tatanan baru.

Akhirnya semua kegiatan ekspor-impor dibuka kembali dengan catatan kuota impor dibatasi. Tatanan kehidupan kembali seperti sedia kala, namun harus mengikuti protocol kesehatan yang sudah ditetapkan oleh pemerintah. Saat kegiatan impor barang kembali dibuka oleh pemerintah akhirnya perusahaan ini melakukan impor barang ke negara-negara pemasok buah dengan kuota impor dibatasi jumlah nya dan harus mengikuti protokol kesehatan, artinya pihak importir diberikan kuota dalam kegiatan impor barang namun tidak banyak. Setelah berjalannya waktu dengan sistem tatanan baru akhirnya perusahaan ini bisa melanjutkan bisnisnya. Tetapi saya melihat omset perusahaan tidak begitu baik. Penjualan merosot dan minat beli pelanggan menurun. Ketersediaan barang yang tidak lengkap bisa saja menjadi salah satu sebab menurun nya omset. Sebagai contoh saat ini stok ketersediaan buah kelengkeng kosong. Buah yang berasal dari negara Thailand tersebut tidak bisa masuk ke Indonesia disebabkan pemerintah Indonesia belum membuka kuota impor untuk produk ini. Perusahaan ini kehilangan produk yang ingin dijual, sementara ada perusahaan lain (saingan bisnis) mempunyai stok buah kelengkeng. Akhirnya pelanggan membeli produk ke perusahaan lain.

Ternyata bukan hanya pandemi Covid-19 yang membuat perusahaan ini turun omset, tetapi ada hal-hal lain yang hendak saya teliti, faktor-faktor apa saja yang membuat turunnya omset di perusahaan ini. Ternyata ada persaingan harga dengan perusahaan lain dengan selisih harga dari Rp. 10.000 hingga Rp.30.000. Hal ini membuat minat beli pelanggan terhadap turun. Begitu juga dengan kualitas produk, banyak pelanggan yang komplain kepada perusahaan ini dikarenakan kualitas barang kurang baik. Harga yang mahal ditambah lagi kualitas produk yang kurang baik membuat minat beli pelanggan menurun.

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Produk PT. Aneka Buah Pratama



(Sumber : PT. Aneka Buah Pratama)

Tabel 1.1 Penjualan Produk PT. Aneka Buah Pratama

Bulan	Pir	Kelengkeng	Angg M	Apel B	Angg H	Apel K	Ap. Mrh	Ap. Hj
Jan-20	2411	1621	4132	613	165	807	431	211
Feb-20	2604	1809	4217	674	185	987	459	234
Mar-20	2653	1820	4197	656	180	875	409	219
Apr-20	2000	1712	4065	507	152	804	350	198
Mei-20	2058	650	2533	386	97	740	341	150
Jun-20	1970	1200	3780	441	87	606	345	155
Jul-20	2030	1150	3013	398	90	680	297	144
Agu-20	2076	1210	2870	401	86	624	288	163
Sep-20	1980	1248	3285	354	123	655	286	113
Okt-20	1785	1176	3580	300	116	674	341	125
Nov-20	2100	1320	3352	376	103	766	296	198
Des-20	2300	1432	3145	421	121	786	313	201
Jan-21	1760	1200	2674	458	97	640	279	162

PT. Aneka Buah Pratama adalah tempat penulis bekerja. Penulis ingin perusahaan ini menjadi maju dan berkembang. Jika perusahaan ini mengalami penurunan omset dalam jangka panjang dikhawatirkan perusahaan ini bangkrut. Jika perusahaan ini bangkrut maka dipastikan seluruh karyawan akan kehilangan pekerjaan termasuk penulis. Dan jika perusahaan ini semakin hari omsetnya semakin meningkat, maka besar kemungkinan seluruh karyawan mendapatkan insentif sehingga seluruh karyawan sejahtera. Inilah yang membuat saya menjadikan masalah di perusahaan ini sebagai penelitian saya, dengan ilmu yang saya miliki dan referensi dari para ahli, diharapkan masalah ini dapat dipecahkan dan perusahaan ini semakin jaya kedepannya.

2. PEMBAHASAN

Penelitian ini menguji hubungan harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Adapun frekuensi jawaban responden atas kuesioner penelitian dapat dilihat sebagai berikut, pertama adalah analisis Deskriptif Variabel Harga (X_1) Frekuensi jawaban responden terhadap variabel Harga (X_1) sebagai berikut:

Tabel 2.1 Tabulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Harga (X_1)

Nomor	Distribusi Jawaban Responden											
	SS (5)		ST (4)		RG (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	16	32,0	21	42,0	12	24,0	1	2,0	0	0	50	100
2	13	26,0	19	38,0	17	34,0	1	2,0	0	0	50	100
3	15	30,0	24	48,0	10	20,0	1	2,0	0	0	50	100
4	16	32,0	19	38,0	13	26,0	2	4,0	0	0	50	100
5	13	26,0	17	34,0	17	34,0	3	6,0	0	0	50	100

Sumber : Hasil Kuesioner (data diolah dari SPSS), 2021

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 16 orang (32,0%) menyatakan sangat setuju bahwa harga semua produk lebih terjangkau dari perusahaan lain, sedangkan 21 orang (42,0%) menyatakan setuju, 12 orang (24,0) ragu-ragu dan 1 orang (2,0%) menyatakan tidak setuju.
 - Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 13 orang (26,0%) menyatakan sangat setuju bahwa sangat sesuai antara harga dengan kualitas produk, 19 orang (38,0%) menyatakan setuju, 17 orang (34,0) menyatakan ragu-ragu dan 1 orang (2,0) menyatakan tidak setuju.
 - Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 15 orang (30,0%) menyatakan sangat setuju bahwa PT. ABP tidak unggul dalam persaingan harga, 24 orang (48,0%) setuju, 10 orang (20%) menyatakan ragu-ragu, dan 1 orang (2,0%) menyatakan tidak setuju.
 - Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 16 orang (32,0%) menyatakan sangat setuju bahwa pelanggan mengabaikan harga produk murah namun lebih mementingkan manfaat produk tersebut, 19 orang (38,0%) menyatakan setuju, 13 orang (26,0%) menyatakan ragu-ragu dan 2 orang (4,0%) menyatakan tidak setuju.
 - Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 13 orang (26,0%) menyatakan sangat setuju bahwa dimasa pandemic Covid-19 harga produk terus menurun, 19 orang (38,0%) menyatakan setuju, 17 orang (34,0%) menyatakan ragu-ragu dan 3 orang (6,0%) menyatakan tidak setuju.
2. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X_2)

Frekuensi jawaban responden terhadap variabel Kualitas Produk (X_2) sebagai berikut :

Tabel 2.2 Tabulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk (X_2)

Nomor	Distribusi Jawaban Responden											
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	17	34,0	25	50,0	7	14,0	1	2,0	0	0	50	100
2	21	42,0	20	40,0	8	16,0	1	2,0	0	0	50	100
3	21	42,0	21	42,0	6	12,0	2	4,0	0	0	50	100
4	23	46,0	18	36,0	9	18,0	0	0	0	0	50	100
5	19	38,0	22	44,0	7	14,0	2	4,0	0	0	50	100

Sumber : Hasil Kuesioner (data diolah dari SPSS), 2021

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 17 orang (34,0%) menyatakan sangat setuju bahwa daya tahan produk-produk PT Aneka Buah Pratama sangat baik, 25 orang (50,0%) menyatakan setuju, 7 orang (14,0%) menyatakan ragu-ragu dan 1 orang (2,0%) menyatakan tidak setuju.
 - 2) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 21 orang (42,0%) menyatakan sangat setuju bahwa kondisi produk selalu segar sampai ke tangan pelanggan, 20 orang (40,0%) menyatakan setuju, 8 orang (16,0%) menyatakan ragu-ragu dan 1 orang (2,0%) menyatakan tidak setuju.
 - 3) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 21 orang (42,0%) menyatakan sangat setuju bahwa produk lebih lengkap dari perusahaan pesaing, 21 orang (42,0%) 6 orang (12,0%) menyatakan ragu-ragu dan 2 orang (4,0%) menyatakan tidak setuju.
 - 4) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 23 orang (46,0%) menyatakan sangat setuju bahwa kualitas produk baik dan pelanggan merasa tidak rugi, 18 orang (36,0%) menyatakan setuju, dan 9 orang (18,0%) menyatakan ragu-ragu.
 - 5) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 19 orang (38,0%) menyatakan sangat setuju bahwa kemasan produk tidak pernah rusak atau cacat, 22 orang (44,0%) menyatakan setuju, 7 orang (14,0%) menyatakan ragu-ragu dan 2 orang (4,0%) menyatakan tidak setuju.
3. Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)

Frekuensi jawaban responden terhadap variabel minat beli (Y) sebagai berikut :

Tabel 2.3 Tabulasi Jawaban Responden Untuk Variabel Minat Beli (Y)

Nomor	Distribusi Jawaban Responden											
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	4	8,0	24	48,0	18	36,0	4	8,0	0	0	50	100
2	5	10,0	33	66,0	12	24,0	0	0	0	0	50	100
3	10	20,0	30	60,0	9	18,0	1	2,0	0	0	50	100
4	9	18,0	28	56,0	13	26,0	0	0	0	0	50	100
5	12	24,0	34	68,0	4	8,0	0	0	0	0	50	100

Sumber : Hasil Kuesioner (data diolah dari SPSS), 2021

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 4 orang (8,0%) menyatakan sangat setuju bahwa PT. Aneka Buah Pratama. memperhatikan keluhan pelanggan, 24 orang (48,0%) setuju, 18 orang (36,0%) menyatakan ragu-ragu dan 4 orang (8,0%) menyatakan tidak setuju.
- 2) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 5 orang (10,0%) menyatakan sangat setuju bahwa pedagang sangat tertarik berbelanja di PT. Aneka Buah Pratama, 33 orang (66,0%) menyatakan setuju, dan 12 orang (24,0%) menyatakan ragu-ragu.
- 3) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 10 orang (20,0%) menyatakan sangat setuju bahwa pelanggan ingin bekerja sama bisnis dengan PT. Aneka Buah Pratama, 30 orang (60,0%) menyatakan setuju, 9 orang (18,0%) menyatakan ragu-ragu dan 1 orang (2,0%) menyatakan tidak setuju.
- 4) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 9 orang (18,0%) menyatakan sangat setuju bahwa PT. Aneka Buah Pratama sangat mengutamakan keinginan pelanggan, 28 orang (56,0%) menyatakan setuju, dan 13 orang (26,0%) menyatakan ragu-ragu.
- 5) Sebagian besar pelanggan PT. Aneka Buah Pratama yaitu 12 orang (24,0%) menyatakan sangat setuju bahwa PT. Aneka Buah Pratama *on-time* mengantarkan pesanan pelanggan, 34 orang (68,0%) menyatakan setuju, dan 4 orang (8,0%) menyatakan ragu-ragu.
harus diperhatikan.

2.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam melakukan analisis regresi linear berganda digunakan bantuan aplikasi SPSS versi 20. Hasil pengolahan data ditampilkan seperti pada Tabel berikut :

Tabel 2.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,945	2,958		3,024	,004
HARGA	,212	,105	,261	2,018	,049
KUALITAS PRODUK	,301	,106	,367	2,836	,007

a. Dependent Variable: MINATBELI

Sumber : Hasil Penelitian (Diolah SPSS), 2021

Berdasarkan Tabel 4.6 pada kolom *Unstandardized Coefficients* diperoleh nilai konstanta dan koefisien regresi, sehingga terbentuk persamaan sebagai berikut :

$$Y = 8,945 + 0,212X_1 + 0,301X_2 + e$$

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Konstanta (a) = 8,945. menunjukkan bahwa jika X (Harga dan Kualitas Produk) konstan atau X = 0, maka minat beli sebesar 8,945.
- 2) Koefisien (b₁) = 0,212. Ini menunjukkan bahwa setiap perubahan satu variabel faktor Harga (X₁), akan menambah Minat Beli sebesar 0,212.
- 3) Koefisien (b₂) = 0,301. Ini menunjukkan bahwa setiap perubahan satu variabel faktor Kualitas Produk (X₂), akan menambah Minat Beli sebesar 0,301.

2.2. Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi parameter individual (uji t). Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh Harga (X₁), Kualitas Produk (X₂) terhadap Minat Beli (Y) secara parsial. Uji parsial dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli. Hasil analisis statistik uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2.5 Uji signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,945	2,958		3,024	,004
HARGA	,212	,105	,261	2,018	,049
KUALITAS PRODUK	,301	,106	,367	2,836	,007

a. Dependent Variable: MINATBELI

Berdasarkan hasil uji SPSS di atas, Untuk harga dapat disimpulkan bahwa untuk harga t_{hitung} 2,018 sedangkan t_{tabel} 1,675 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}) yang berarti **H1 diterima** atau dengan kata lain harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli hal ini juga diperkuat oleh nilai sig yaitu 0,049 lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Untuk kualitas produk dapat disimpulkan bahwa untuk kualitas produk t_{hitung} sebesar 2,836 sedangkan t_{tabel} 1,675 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}) yang berarti **H2 diterima** atau dengan kata lain kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini juga diperkuat oleh nilai sig yaitu 0,07 lebih kecil dari nilai alpha 0,05.

Uji simultan adalah pengujian serempak yaitu keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikatnya secara serempak pada derajat kebebasan df_1 (3-1 = 2) dan df_2 (50-3 = 47). Maka F_{tabel} yang digunakan adalah nilai F (2:47) = 3,20, pengujian ini dapat kita lakukan dengan melihat tampilan tabel anova sebagai berikut:

Tabel 2.6 Uji Simultan (f)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50,728	2	25,364	6,488	,003 ^b
	Residual	183,752	47	3,910		
	Total	234,480	49			

a. Dependent Variable: MINATBELI

a. Predictors: (Constant), KUALITASPRODUK, HARGA

Dari hasil diatas diketahui bahwa $F_{hitung} = 6,488$ dan $F_{tabel} = 3,20$ dalam hal ini F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikan adalah 0.03 lebih kecil dari nilai alpha 0.05, sehingga keputusan yang diambil adalah H_0 ditolak dan H_3 diterima. Diterimanya hipotesis alternatif menunjukkan variabel bebas X_1 dan X_2 mampu menjelaskan keragaman dari variabel terikat (Y) dalam hal ini variabel harga dan kualitas produk secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Sedangkan untuk hasil Koefisien determinasi (R^2) model 1 untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel minat beli Berikut hasilnya.

Tabel 2.7 Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,465 ^a	,216	,183	1,97728	1,300

a. Predictors: (Constant), KUALITASPRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: MINATBELI

Berdasarkan nilai Adjusted R square sebesar 0,183 atau 18,3% menunjukkan bahwa secara simultan harga dan kualitas produk memberikan kontribusi terhadap minat beli sebesar 18,3%, sedangkan sisanya sebesar 81,7 % diterangkan oleh variable lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini. Berdasarkan uji validitas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{table}$ (0.230) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Berdasarkan uji reliabilitas dapat diketahui bahwa masing-masing variable memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.60 ($\alpha > 0.60$), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X_1 , X_2 , dan Y adalah reliable. Berdasarkan hasil uji parsial untuk harga dapat disimpulkan bahwa untuk harga t_{hitung} 2,018 sedangkan t_{tabel} 1,675 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}) yang berarti harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli hal ini juga diperkuat oleh nilai sig yaitu 0,049 lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Berdasarkan hasil uji parsial untuk kualitas produk dapat disimpulkan bahwa untuk kualitas produk t_{hitung} sebesar 2,836 sedangkan t_{tabel} 1,675 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}) yang berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Hal ini juga diperkuat oleh nilai sig yaitu 0,07 lebih kecil dari nilai alpha 0,05. Berdasarkan hasil uji simultan diketahui bahwa $F_{hitung} = 6,488$ dan $F_{tabel} = 3,20$ dalam hal ini F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikan adalah 0.03 lebih kecil dari nilai alpha 0.05 menunjukkan variabel bebas X_1 dan X_2 mampu menjelaskan keragaman dari variabel terikat (Y) dalam hal ini variabel harga dan kualitas produk secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

3. SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa, pertama penelitian ini menemukan bahwa harga dapat disimpulkan bahwa untuk harga t_{hitung} sebesar 2,018 sedangkan t_{tabel} 1,675 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}) yang berarti harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Kedua, Kualitas produk t_{hitung} sebesar 2,836 sedangkan t_{tabel} 1,675 (t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}) yang berarti kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil penelitian ketiga menemukan bahwa, hasil uji simultan diketahui bahwa $F_{hitung} = 6,488$ dan $F_{tabel} = 3,20$ dalam hal ini F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikan adalah 0.03 lebih kecil dari nilai alpha 0.05 menunjukkan variabel bebas X_1 dan X_2 mampu menjelaskan keragaman dari variabel terikat (Y) dalam hal ini variabel harga dan kualitas produk secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Terakhir hasil uji koefisien determinasi diketahui nilai Adjusted R square sebesar 0,183 atau 18,3% menunjukkan bahwa secara simultan harga dan kualitas produk memberikan kontribusi terhadap minat beli sebesar 18,3%, sedangkan sisanya sebesar 81,7 % diterangkan oleh variable lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, Lilian Yulia. (2016). "Evaluasi Strategi Penetapan Harga Jual Dalam Bisnis Gourmet Land Cafe Lilian". *Jurnal manajemen dan sturt up bisnis*. 1,112-117. 2016
- Aditia, Abdul Rahman Raka. (2020). "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor N-Max Pada PT. Yamaha A. Rivaldi Palembang". *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran*.1 (1) 23-37.2020
- Agustin, Sasi. (2016). "Pengaruh Harga, Kualitas Roduk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsuen Kebab Kingabi". *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. 5 (1) 1-15.2016
- Assauri, Sofyan. (2013). *Strategic Marketing Sustaining Lifetime Costumer Value*. Jakarta : Raja Grafindo
- Bakti, Umar. (2020). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko OnlineLazada di Bandar Lampung". *Jurnal Ekonomi* 22 (1).101-118Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Batubara, Azmiani. (2016). "Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines". *Jurnal Ilmu Manajemen* 4 (1).2019
- Daud, Muhaimin (2018) "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Sepeda Motor Honda". *jurnal ilmu manajemen ekonomi* 1 (1) 67-78. 2018
- Eryanawati (2020)."Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merk Honda. *Jurnal of Business and Economics Research* 1 (2), 98 - 104, 2020
- Irawan, Deny. (2013). " Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya". *Jurnal manajemen pemasaran*. 1 (2).1-8. 2013
- Kaharu, Debora. (2016)." Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Cosmic". *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. 5 (3). 1-24. 2016
- Kodu, Sarina (2012) "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian mobil Toyota Avanza". *Jurnal EMBA*.1(3) September 2013, Hal. 1251-1259
- Nasution, Muhammad Fakhru Rizky. (2014). "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt.Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan". *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 14 (2)2014
- Priansa, Donni Juni. (2019). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Satria, Arif Adi. (2017). "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36". *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*Volume 2, Nomor 1, April 2017
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan PemasaranPanduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen*. Jakarta : CAPS
- Sugiyono. (2019). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Alfabeta
- Weenas, Jackson RS. (2013) " kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian spring bed comforta". *Jurnal ekonomi, manajemen, bisnis, akuntansi* 1 (4) 607-618. 2013
- Hasibuan, D., Hasibuan, M. I., & Harahap, J. M. (2021). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Bang Kendik Cafe Rantauprapat. *Kapital: Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1).
- Harahap, J. M., Hasibuan, M. I., & Watianthos, R. (2020). Pengaruh Reward and Punishment (Penghargaan dan Hukuman), Koordinasi Pemerintah Daerah Terhadap Kinerja SDM Program Keluarga Harapan (PKH) di Lingkungan Dinas Sosial Kabupaten Labuhanbatu. *Kapital: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(1), 1-12.