

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt

Rizqy Tsaniya¹, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi²

^{1,2} Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 19 April 2021

Received in revised form

6 Mei 2021

Accepted 12 Mei 2021

Available online 08 March 2022

Kata Kunci: harga, kualitas produk, minat beli

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan menguji pengaruh dari kualitas produk dan harga baik secara simultan dan parsial terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Rancangan penelitian yang digunakan ialah kuantitatif kausal. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 75 responden. Instrumen yang digunakan untuk menghimpun data yakni kuesioner dan teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. (2) Kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. (3) Harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt.

ABSTRACT

This study aimed to examine the influence of quality product and prices simultaneously and partially on consumer purchase interest at the Nau coffee shop. The research design used is causal quantitative research. Determination of sample in this study use impressive sampling technique. The number of samples used was 75 respondents. The instruments used in data collection are the questionnaires and data analysis techniques used are the linear regression analysis. The result of this study is: (1) the quality of products and prices have significant impact on consumer purchase interests at the Nau coffee shop. (2) the quality of the product has a significant positive impact on interest in buying consumers at the Nau coffee shop. (3) prices have significant positive effects on interest in buying consumers at the Nau coffee shop.

Keywords: price, purchase interest, quality product

Pendahuluan

Daya saing perdagangan di Indonesia saat ini semakin tinggi, termasuk persaingan industri makanan dan minuman. Menurut pengamat ekonomi dan bisnis *Institute for Development of Economics and Finance* memaparkan terkait perkembangan industri makanan serta minuman di Indonesia setiap tahun mengalami peningkatan lebih dari 7-8% (Henri, 2019), untuk industri di bidang minuman persentase perkembangannya lebih tinggi dibanding makanan hingga dua digit. Semakin berkembangnya usaha minuman dengan berbagai macam kreasi dan inovasi jenis minuman yang dipasarkan akan membuat ketertarikan tersendiri di kalangan milenial. Dengan begitu, kalangan milenial kerap menyebutnya sebagai minuman kekinian. Hal ini menjadi peluang bagi produsen usaha minuman kekinian untuk menciptakan keunikan tersendiri dalam usahanya untuk menarik perhatian konsumen dan mampu bertahan dalam persaingan.

Maraknya usaha minuman kekinian yang sering kita jumpai membuat industry minuman lebih berpikir secara keras dalam melahirkan kebijakan yang strategis agar produk mereka laku di pasaran. Perusahaan dituntut untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen untuk memenangkan persaingan pasar. Hal ini dikarenakan semakin banyak saingan maka bertambah juga pilihan produk yang akan dibeli pembeli sehingga konsumen dalam memilih suatu produk banyak hal yang dipertimbangkan untuk memilih produk sesuai harapannya.

Di Kabupaten Buleleng usaha minuman kekinian sudah banyak dijumpai. Hal tersebut didukung oleh upaya pemerintah daerah yang memberikan kesempatan masyarakat untuk menciptakan peluang usaha, sehingga tercatat UKM di Kabupaten Buleleng mengalami peningkatan sebesar 0,9% (Nerda, 2017). Situasi

¹ Corresponding author.

E-mail : rizqytsaniya22@undiksha.ac.id, wayansayang@undiksha.ac.id

tersebut menjadikan para pelaku usaha semakin terpacu dalam menggenjatkan program bisnis mereka agar prosuk yang mereka jual dapat bersaing di pasaran.

Saat ini, agar mampu bersaing dengan usaha minuman lainnya maka perusahaan mampu memberikan produk berkualitas tinggi dengan nilai ekstra yang menonjol dari penawaran pesaing. Konsumen memandang kualitas sebagai salah satu elemen yang perlu dipertimbangkan saat membeli produk (Fauzan & Rohman, 2019). Namun selain kualitas, saat ini masyarakat juga menginginkan produk yang memiliki harga terjangkau dan cocok untuk semua kalangan khususnya kalangan menengah ke bawah. Hal ini disebabkan masyarakat lebih sering bandingkan harga dengan perusahaan lain yang memiliki produk sejenis. Kondisi ini juga dilakukan oleh Kedai Kopi Nau yang merupakan salah satu usaha minuman kekinian yang menjual olahan kopi dan beberapa produk *non coffee* yang disertai berbagai *topping* sehingga bisa di nikmati semua kalangan. Namun seiring berjalannya waktu, Kedai Kopi Nau mengalami penurunan penjualan dilihat pada hasil penjualan yang terus menurun dibandingkan dengan usaha minuman lainnya di daerah Kecamatan Seririt. Berdasarkan pengambilan data di Kedai Kopi Nau dan pesaingnya yaitu Es Comel menunjukkan tingkat hasil penjualan di Kedai Kopi Nau periode Juli-September 2020 mengalami penurunan, yakni sebanyak 7% di bulan Juli-Agustus serta 9% pada bulan Agustus-September. Sedangkan pada Es Comel yang merupakan pesaingnya mengalami tingkat hasil penjualan yang meningkat setiap bulannya. Rendahnya hasil penjualan di Kedai Kopi Nau pada tahun 2020 diduga karena rendahnya minat beli konsumen. Penurunan penjualan yang terjadi tidak terlepas dari produk yang diberikan dan bagaimana harga yang telah ditetapkan untuk konsumen.

Menurut Salfina & Gusri (2018) minat beli seseorang dalam melakukan transaksi pembelian dipengaruhi beberapa hal yakni kualitas, harga serta citra merk suatu produk. Sedangkan Satria (2017) berpendapat harga, kualitas serta promosi juga mempengaruhi daya beli konsumen. Retnowulan (2017) dan Febrian (2019) mengatakan minat beli konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan persepsi harga. Sedangkan Mulyana (2019) mengatakan minat beli dipengaruhi oleh kualitas produk serta pelayanan. Jadi dapat disimpulkan terdapat banyak faktor yang membuat konsumen terpengaruh dalam membeli produk antara lain kualitas, harga, citra merk, cara promosi serta pelayanan penjual. Pada penelitian ini terfokus pada variabel kualitas produk serta harga. Karena hal tersebut sejalan dengan teori Simamora (2011: 106) yang mengatakan minat beli konsumen timbul apabila adanya rasa percaya serta kemampuan membeli suatu produk. Jadi, apabila kualitas produk baik dan harga yang ekonomis, semakin besar kemungkinan para konsumen untuk berminat melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Minat beli yakni suatu kegiatan pembeli yang memiliki keinginan untuk melakukan aktivitas pembelian dengan memilih suatu produk didasarkan pada pengalaman memilih, penggunaan serta konsumsi suatu produk yang ditawarkan penjual (Kotler & Keller, 2012: 181). Yang menjadi indikator minat beli menurut Kotler & Keller, (2012: 503) yaitu: (1) *Attention*, yaitu menarik perhatian calon pelanggan ke item yang ditawarkan produsen. (2) *Interest*, yaitu tindakan proses menarik pelanggan potensial ke barang produsen. (3) *Desire*, yaitu kesiapan calon konsumen untuk memperoleh barang dari produsen. (4) *Action*, yaitu calon pelanggan dapat membeli produk jika mereka tertarik. Penelitian terdahulu yang dilakukan Anditoro & Ahmadun (2019) mengungkapkan bahwa kualitas produk serta harga memiliki pengaruh kepada daya beli pembeli, sedangkan penelitian Halim & Iskandar (2019) memiliki hasil yang berkebalikan yakni minat beli pembeli tidak dipengaruhi oleh kualitas serta harga produk.

Susanti (2017) mengungkapkan bahwa kualitas termasuk hal yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk dimana produk dikatakan berkualitas apabila memenuhi harapan pembeli. Kualitas suatu produk mengacu pada kapasitas barang dalam menyediakan fungsi yang sesuai atau lebih dari harapan pembeli (Kotler & Keller, 2012: 142). Maka, kualitas suatu barang memiliki urgensi yang besar dalam melakukan proses transaksi. Yang menjadi indikator kualitas produk menurut Kotler (2012: 49), yaitu: (1) Kadar / komposisi produk merupakan suatu bentuk susunan, aturan takaran atau komponen-komponen apa saja yang terdapat dalam suatu produk atau membentuk suatu produk. (2) Desain produk yaitu, sebuah konsep yang sangat luas tentang pengembangan suatu ide-ide yang efektif dan efisien terhadap produk-produk baru melalui tampilan dalam maupun luar produk yang dijual oleh perusahaan untuk pelanggannya sehingga terlihat menarik. (3) Daya tahan produk. Didasarkan daya tahan suatu barang terbagi menjadi dua, yakni a) Produk tidak tahan lama, yakni suatu barang yang dapat dikonsumsi atau dipakai satu kali saja. Umur ekonomisnya biasanya tidak ada satu tahun. b) Produk tahan lama, yakni suatu barang yang dapat dipakai berkali-kali dimana umur ekonomisnya dapat lebih dari satu tahun. Perihal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Febrian (2019), dimana memaparkan kualitas barang memiliki pengaruh besar terhadap keinginan pembelian oleh pembeli. Tetapi lain halnya pada penelitian Gunarso (2017) berisi terkait kualitas produk bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan pada minat beli pembeli.

Secara tradisional, harga masuk kategori variabel penting pada minat beli konsumen. Mursid (2014) mengungkapkan bahwa harga ialah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan satuan mata uang atau alat tukar pada barang tertentu. Kotler & Keller (2012) menjabarkan harga sangat berpengaruh terhadap minat beli, karena pembeli dalam memutuskan transaksi beli suatu barang mempertimbangkan faktor harga. Dengan demikian, harga yang ditawarkan oleh perusahaan pada konsumen bila dirasakan cocok dan terjangkau maka kemungkinan besar konsumen berminat untuk membelinya produk tersebut. Jadi harga juga berpengaruh minat konsumen akan suatu produk. Menurut Mursid (2014) ada beberapa indikator yang mempengaruhi harga produk yakni: (1) Harga yang ditawarkan kompetitif, yakni mengacu pada harga yang lebih murah dibanding dari pesaing. (2) sesuai harga dengan pasaran, yakni mematuhi harga yang berada di pasaran (3) antara harga dengan kualitas produk sama. Penelitian oleh Hidayat & Hartanto (2019) memaparkan adanya pengaruh antara harga dengan minat beli konsumen. Perbedaan hasil penelitian ditemukan dalam penelitian Aptaguna & Pitaloka (2016) dimana harga tidak memiliki pengaruh terhadap keinginan konsumen dalam melakukan pembelian.

Terdapat fenomena persaingan pasar minuman kekinian yang diangkat serta adanya berbagai hasil penelitian dengan hasil yang berbeda menjadi sebuah kesenjangan yang bisa diisi dalam penelitian. Penelitian ini ingin menginformasikan dan menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt.

Didasarkan uraian diatas, dapat teridentifikasi suatu permasalahan yakni: (1) Hasil penjualan di Kedai Kopi Nau mengalami penurunan pada bulan Juli hingga September 2020. (2) Kualitas produk yang diinginkan masyarakat saat ini adalah produk yang memiliki nilai lebih dan sesuai dengan keinginan konsumen. (3) Konsumen yang sering membandingkan harga dengan produk sejenis. (4) Terjadinya ketidakkonsistenan pada penelitian yang terdahulu terkait kualitas produk serta harga terhadap keinginan beli pembeli.

Adapun tujuan penelitian ini yakni untuk menguji pengaruh (1) Kualitas produk dan harga terhadap minat beli di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. (2) Kualitas produk terhadap minat beli di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. (3) Harga terhadap minat beli di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt.

Metode

Penyebaran kuesioner kepada 75 responden yang telah memenuhi kriteria yaitu konsumen yang berbelanja minimal sekali sejak tahun 2020 di Kedai Kopi Nau. Dari beberapa elemen masyarakat yang menjadi pembeli di Kedai Kopi Nau, dipilih pembeli yang berusia minimal 15 tahun, dimana pemilihan ini dianggap umur 15 tahun telah memasuki usia dewasa serta dapat menjawab kuisisioner yang diberikan dalam menghimpun data. Terdapat tiga variabel yang akan diteliti, yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan minat beli sebagai variabel terikat. Dalam menghimpun data digunakan metode kuesioner serta pencatatan arsip dokumen. Kuesioner yakni teknik menghimpun data dimana prosesnya memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan secara tertulis kepada responden. Pencatatan dokumen dan penyusunan struktur pertanyaan atau pernyataan yang memuat tentang harga, kualitas produk dan minat beli pada konsumen Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt dan merujuk pada skala nominal atau *likert 5*.

Proses analisa menggunakan metode regresi linear berganda, dimana digunakan dalam mengidentifikasi pengaruh variabel bebas serta terikat. Pada penelitian ini yang berperan sebagai variabel independen ialah kualitas produk (X_1) dan harga (X_2). Sedangkan minat beli (Y) di Kedai Kopi Nau pada Kecamatan Seririt. Syarat sebelum dilakukan uji analisis regresi liner berganda adalah melakukan uji asumsi klasik, karena syarat untuk analisis regresi berganda adalah bebas dari asumsi-asumsi klasik.

Uji hipotesa menggunakan uji f (pengaruh simultan) serta uji t (pengaruh parsial). Uji f digunakan dalam indentifikasi apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dimana keduanya dimasukkan dalam model yang sama. Jika $p\text{-value} < 0.05$ berarti terdapat pengaruh signifikan dari kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap (Y) minat beli. Jika $p\text{-value} > 0.05$ menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap (Y) minat beli. Sedangkan uji t untuk proses identifikasi sejauh mana pengaruh satu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Uji T digunakan dalam uji signifikansi korelasi variabel X dengan Y . Apakah variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli (Y). Jika $p\text{-value} < 0,05$ menunjukkan bahwa ada pengaruh persial dari kualitas produk (X_1) terhadap minat beli (Y). Jika $p\text{-value} > 0,05$ menunjukkan tidak terdapat pengaruh persial dari kualitas produk (X_1) terhadap minat beli (Y)

Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis deskripsi penelitian menunjukkan variabel kualitas produk dengan total jawaban responden 920 yang tergolong dalam kategori tinggi, variabel harga dengan total jawaban responden 941 yang tergolong dalam kategori sesuai dan variabel minat beli dengan total jawaban responden 1191 yang tergolong dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk dan minat beli perlu ditingkatkan ke kategori sangat tinggi, sedangkan harga perlu ditingkatkan ke kategori sangat sesuai. Adapun upaya menaikkan suatu kualitas produk yakni dengan cara selalu berinovasi terkait takaran komposisi kopi agar tepat dan sesuai harapan konsumen, membuat desain produk yang praktis dan menarik, serta membuat produk minuman yang memiliki daya tahan lama. Selanjutnya, upaya yang dapat dilakukan dalam menyesuaikan harga, yaitu dengan cara memberikan harga yang ekonomis oleh semua konsumen dan memberikan harga produk yang sesuai dengan kualitas produk. Kemudian, upaya dalam meningkatkan minat beli, yaitu mempertahankan rasa otentik dari produk kopi sehingga konsumen selalu ingin meminum produk tersebut dan membuat produk yang selalu menarik terhadap konsumen.

Model regresi yang baik memiliki sebaran data yang normal. Dalam menguji data apakah sudah terdistribusi secara normal atau belum, dapat diidentifikasi memakai grafik normal *p-plot*, dari gambar grafik Normal *p-plot* ditunjukkan bahwa titik-titik data tersebar dan mengikuti garis diagonal dan histogramnya menunjukkan data terdistribusi secara normal. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel satu dengan yang lain. Model regresi yang baik ialah tidak didapatkan hubungan yang besar antara variabel independen. Uji multikolinieritas menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*, apabila harga VIF < 10 atau *tolerance* > 0,10, berarti tidak ada gejala multikolinieritas. Didasarkan hasil uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai VIF dari variabel kualitas produk yakni 3,393 dan variabel harga yakni 3,393 artinya lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* dari variabel kualitas produk yakni 0,295 dan variabel harga yakni 0,295 artinya lebih dari 0,10. Sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan antara variabel bebas tidak terdapat gejala multikolinieritas. Uji heteroskedastisitas dilakukan dalam pengujian pada model regresi terjadi perbedaan varian dari residual suatu pengamatan pada pengamatan lainnya, dimana model dapat dikatakan baik apabila tidak adanya heteroskedastisitas. Dalam uji heteroskedastisitas memakai grafik *scatterplot*. Berdasar hasil uji heteroskedastisitas dengan *Scatterplot* didapatkan penyebaran titik tidak membentuk suatu pola tertentu dan arah sebarannya ada di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam regresi tersebut.

Hasil analisis regresi linier berganda pada pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap minat beli (Y) di Kedai Kopi Nau pada Kecamatan Seririt yaitu penelitian ini menggunakan 75 responden dan setelah dilakukan analisis regresi linier berganda, dimana $R_{yx_1x_2}$ dengan nilai koefisien 0,883 yang artinya ada hubungan simultan dari kualitas produk dan harga terhadap minat beli, P_{yx_1} dengan nilai koefisien 0,479 yang artinya ada hubungan parsial dari kualitas produk terhadap minat beli, P_{yx_2} dengan nilai koefisien 0,460 yang artinya ada hubungan parsial dari pengaruh harga terhadap minat beli. Hasil besar sumbangan dari $R^2_{yx_1x_2}$ 0,779 yang artinya besar sumbangan pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap minat beli adalah 77,9%, besar sumbangan $P^2_{yx_1}$ 0,230 yang artinya besar sumbangan pengaruh parsial kualitas produk terhadap minat beli adalah 23,0%, dan besar sumbangan $P^2_{yx_2}$ yang artinya besar sumbangan pengaruh parsial harga terhadap minat beli adalah 21,1%, dan untuk ϵ dengan nilai 0,221 yang artinya besar sumbangan pengaruh faktor lain terhadap minat beli adalah 22,1% sehingga, dapat diketahui persamaan garis regresi dengan menggunakan analisis koefisien beta sebagai berikut. Hasil nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 1,494. Nilai koefisien regresi (β_1) sebesar 0,571 serta nilai koefisien regresi (β_2) sebesar 0,550. Dari nilai yang sudah didapatkan maka dapat diturunkan persamaan regresi yaitu sebagai berikut.

$$Y = 1,494 + 0,571X_1 + 0,550X_2 + \epsilon$$

Dari persamaan regresi di atas, didapatkan nilai konstanta sebesar 1,494 dimana berarti variabel X_1 dan X_2 memiliki nilai konstan maka variabel Y bernilai 1,494 satuan. X_1 memiliki koefisien regresi yaitu β_1 sebesar 0,571. Koefisien yang bernilai positif ini berarti X_1 memiliki pengaruh positif terhadap Y , dimana digambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan kualitas produk dapat menaikkan minat beli sebanyak 0,571 dengan variabel independen yang konstan. Selanjutnya X_2 memiliki koefisien regresi β_2 sebesar 0,550. Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa harga (X_2) berpengaruh positif terhadap minat beli (Y). Hal

ini menggambarkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan kesesuaian harga (X_2) dapat meningkatkan minat beli (Y) sebesar 0,550 dengan asumsi variabel independen yang lainnya tetap.

Berdasarkan rekapitulasi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen, hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan dapat ditunjukkan bahwa nilai p -value sebesar 0,000, dimana nilai tersebut p -value $< \alpha = 0,05$ sehingga hal ini menyatakan bahwa ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli di Kedai Kopi Nau pada Kecamatan Seririt. Hasil menunjukkan bahwa besar yakni adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli adalah 0,779. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebesar 77,9% keinginan membeli dipengaruhi kualitas suatu barang serta harga yang ditawarkan sedangkan pengaruh dari variabel lain sebesar 22,1%. Diperoleh kesimpulan adanya pengaruh kualitas produk serta harga terhadap keinginan beli konsumen di Kedai Kopi Nau pada Kecamatan Seririt. Dimana Semakin dipercaya kualitas produk baik serta dengan harga terjangkau, semakin besar kemungkinan para konsumen untuk berminat beli pada perusahaan. Jika konsumen dapat merasakan keuntungan yang didapatkan terkait harga yang dipatok mendapatkan produk dengan kualitas yang sesuai harga maka konsumen akan melakukan proses pembelian ulang produk yang dijual serta minat beli akan meningkat. Hal tersebut sesuai penelitian Febrian (2019) yang menyatakan variabel kualitas produk dan harga keduanya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli. Berbeda dengan penelitian Halim & Iskandar (2019) dimana memaparkan kualitas suatu produk serta harganya tidak memiliki pengaruh pada keinginan pembeli membeli suatu barang.

Hasil rekapitulasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen, disajikan dapat ditunjukkan bahwa nilai p -value sebesar 0,000, dimana nilai tersebut p -value $< \alpha = 0,05$ sehingga hal ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk pada minat beli di Kedai Kopi Nau pada Kecamatan Seririt. Data hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keeratan hubungan pengaruh dari kualitas produk terhadap minat beli sebesar 0,479 dan besar sumbangan pengaruh adalah 23,0%. Keeratan hubungan pengaruh memiliki arah positif, dimana berarti kualitas produk memiliki pengaruh yang positif pada minat beli, dimana antara kualitas produk dan minat beli berbanding lurus. Menurut Susanti (2017) mengungkapkan bahwa kualitas ialah hal yang urgensinya tinggi dalam memberi pengaruh kepada pembeli. Dengan demikian perusahaan dapat menjadikan kualitas produk sebagai nilai jual bagi konsumen, dikarenakan apabila suatu produk memiliki ciri khas unggul dibanding produk lainnya yang sejenis maka produk tersebut layak untuk dibeli. Sehingga dengan kualitas yang baik akan menghasilkan hasil akhir yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Uraian tersebut sesuai dengan penelitian Fauzan & Rohman (2019) dimana kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Berbeda pada penelitian Gunarso (2017) dimana hasil penelitiannya menunjukkan tidak ada pengaruh antara kualitas produk dengan minat beli.

Dari hasil analisa dapat ditunjukkan bahwa nilai p -value sebesar 0,000, dimana nilai tersebut p -value $< \alpha = 0,05$ sehingga hal ini menyatakan bahwa ada pengaruh harga terhadap minat beli di Kedai Kopi Nau pada Kecamatan Seririt. Data hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keeratan hubungan pengaruh dari harga terhadap minat beli sebesar 0,460 dan besar sumbangan pengaruh adalah 21,1%. Keeratan hubungan pengaruh memiliki arah positif, hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara positif terhadap minat beli. Artinya, antara minat beli dengan kesesuaian harga memiliki hubungan yang sejajar. Harga sangat berpengaruh terhadap minat beli, karena konsumen memutuskan pembelian suatu produk dengan mempertimbangkan faktor harga (Kotler & Keller, 2012). Harga memiliki fungsi yang penting pada proses marketing. Apabila harga yang diberikan terlalu mahal maka produk tidak akan dapat menjangkau harga pasar sehingga tidak terjangkau pula konsumennya dikarenakan pembeli melihat kualitas serta kelayakan harga dalam membeli sebuah produk. Hal tersebut sesuai pada penelitian Hidayat & Hartanto (2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aptaguna & Pitaloka (2016) yang menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Dari seluruh uji yang dilakukan menunjukkan hasil terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan minat beli pembeli di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Simamora (2011: 106), yang mengatakan minat beli konsumen timbul apabila adanya kepercayaan terhadap suatu produk yang diiringi dengan kemampuannya untuk membeli produk tersebut. Jadi, semakin dipercaya kualitas produk baik dan harga yang terjangkau, semakin besar kemungkinan para konsumen untuk berminat melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Sejalan dengan pernyataan tersebut adalah hasil penelitian yang dilakukan oleh Febrian (2019) serta Anditora & Ahmadun (2019), dimana kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh yang tinggi terkait daya beli masyarakat.

Hasil penelitian mengenai pengaruh dari variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli di Kedai Kopi Nau pada Kecamatan Seririt, yang artinya apabila ingin meningkatkan minat beli, maka pemilik Kedai Kopi Nau harus memperhatikan kualitas produk dan harga. Karena perusahaan dapat menjadikan produk sebagai daya tarik untuk menarik konsumen agar melakukan transaksi pembelian disebabkan apabila suatu produk terdapat kelebihan jika dibanding dengan produk lain yang sama, maka pembeli akan memilih produk didasarkan keunggulannya. Sehingga, harga yang sesuai dikalangan masyarakat juga akan menarik konsumen untuk membeli produk di Kedai Kopi Nau. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan pada minat beli. Artinya kualitas produk yang sesuai dengan konsumen maka dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Hal ini dapat terjadi untuk meningkatkan kualitas produk, yaitu dengan cara selalu berinovasi terkait takaran komposisi kopi agar tepat dan sesuai harapan konsumen, membuat desain produk yang praktis dan menarik, serta membuat produk minuman yang memiliki daya tahan lama. Harga yang dapat dijangkau oleh semua konsumen dan memberikan harga produk sesuai dengan kualitas yang diterima oleh konsumen sehingga terdapat kelebihan tersendiri dari suatu produk. Temuan ini didukung oleh teori dari pendapat yang diungkapkan oleh Susanti (2017), yang mengungkapkan bahwa kualitas merupakan salah satu syarat yang mempengaruhi minat beli konsumen dan produk dapat dikatakan berkualitas jika dapat memenuhi harapan konsumen. Sama dengan hasil penelitian Fauzan & Rohman (2019) serta Febrian (2019), yang menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

Kualitas produk dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Dalam hal ini mengindikasikan bahwa setiap terjadi peningkatan kualitas produk akan meningkatkan minat beli konsumen. Kualitas produk merupakan hal yang perlu diperhatikan pada perusahaan. Seperti halnya konsumen mempunyai keinginan untuk memiliki suatu produk yang mempunyai kualitas produk yang diberikan baik dari perusahaan. Hal tersebut berlaku pada suatu Kedai minuman yang sangat berkaitan dengan kualitas produk yang diberikan untuk konsumen. Kedai Kopi Nau merupakan salah satu kedai yang menjual produk minuman di Kecamatan Seririt yang merupakan kedai sangat diminati konsumen. Dengan kualitas produk yang diberikan konsumen seharusnya dapat memuaskan dikalangan masyarakat. Dari kualitas produk yang baik akan memberikan hal positif sehingga meningkatnya minat beli untuk konsumen. Apabila konsumen merasa berminat untuk memiliki produk tersebut maka akan terjadi keputusan pembelian dan akan merekomendasikan produk tersebut kepada kerabatnya. Kualitas produk yang baik yang ditawarkan kepada konsumennya setidaknya dimulai dari awal penjualan produk seperti bagaimana takaran komposisi yang sudah tepat dan cocok dilidah konsumen, begitu juga desain produk yang menarik dan praktis untuk konsumen, serta memiliki daya tahan yang sudah sesuai.

Hasil penelitian selanjutnya yang diperoleh adalah variabel harga secara persial berpengaruh positif terhadap minat beli di Kedai Kopi Nau pada Kecamatan Seririt. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler & Keller (2012) bahwa harga sangat berpengaruh terhadap minat beli, karena konsumen memutuskan pembelian suatu produk dengan mempertimbangkan faktor harga. Dengan demikian, harga yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen bila dirasakan cocok dan terjangkau maka kemungkinan besar konsumen berminat untuk membeli produk tersebut. Sejalan dengan pernyataan tersebut adalah hasil penelitian Hidayat & Hartanto (2019) dan Febrian (2019), yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Harga produk dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli konsumen. Dari hal tersebut dapat dinyatakan apabila harga produk yang semakin sesuai dengan keinginan konsumen maka akan memberi pengaruh minat beli pembeli untuk membeli ulang produk yang ditawarkan. Harga biasanya mencerminkan suatu nilai produk yang diberikan perusahaan untuk konsumennya. Setelah konsumen bersedia untuk membayar harga yang sudah ditetapkan pada produk dan memiliki harapan pada produk bahwa ada nilai lebih dan berbeda pada produk di Kedai lain. Dengan begitu harga produk yang sesuai dan terjangkau konsumen akan meningkat minat beli pada produk di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt.

Simpulan dan Saran

Didasarkan hasil uji statistik serta analisa dapat diperoleh beberapa kesimpulan yakni, (1) Kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt memiliki keterikatan dengan kualitas produk dan harga. Maka dari itu, perusahaan mampu memperhatikan dari kualitas produk yang diberikan dan harga yang sesuai di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt sehingga minat beli konsumen akan

meningkat dengan kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai di kalangan masyarakat Kecamatan Seririt. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen, semakin dipercaya kualitas produk yang diberikan maka semakin tinggi minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Oleh karena itu, perusahaan hendaknya meningkatkan kualitas produk yang diberikan pada konsumen yang lebih memperhatikan kualitas produk yang lebih baik. (3) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Hal ini menunjukkan bahwa harga dapat mempengaruhi minat beli konsumen, dimana apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk maka akan semakin meningkatkan minat beli di Kedai Kopi Nau kecamatan Seririt. Oleh karena itu hendaknya perusahaan memperhatikan harga yang telah diberikan kepada konsumen agar harga bisa dikatakan layak bagi konsumen.

Didasarkan pembahasan di atas, dapat diajukan beberapa saran yakni, (1) Bagi pihak pemilik Kedai Kopi Nau pada Kecamatan Seririt, agar lebih memperhatikan kualitas produk dan harga dalam upaya untuk meningkatkan minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt, karena penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Hal tersebut karena kualitas produk yang baik serta dengan harga yang sesuai dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk dari Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt (2) Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, dapat melakukan pengembangan berupa pengambilan sampel yang bertambah luas supaya hasil penelitiannya lebih reliabel serta dapat menambah variabel penelitian lain.

Daftar Rujukan

- Anditoro, T., & Ahmadun, A. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli tas Sam Collection Jakarta Timur. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 9(1), 68–77.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli jasa Go-Jek. *Widyakala: Journal Of Pembangunan Jaya University*, 3, 49–56.
- Fauzan, A., & Rohman, A. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor Kawasaki. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 104–113.
- Febrian, F. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*, 13(1), 41–55.
- Gunarso, K. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian beras premium dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 5(3).
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415–424.
- Henri, A. (2019). Pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia. Diambil 4 Juni 2020, dari <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4761449/manisnya-bisnis-boba-3-ribu-gelas-ludeshari>
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen smartphone bergaransi distributor pada PT. Tiga Agung. *eCo-Buss*, 2(1), 16–29.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, A. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pelanggan shao kao kertajaya melalui kepuasan pelanggan. *Agora*, 7(2).
- Mursid. (2014). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nerda, K. (2017). *Buku statistik dunia usaha*. Diambil 4 Juni 2020, dari <https://bulelengkab.go.id/assets/instansikab/60/bankdata/buku-statistik-dunia-usaha-2018-25.pdf>
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli smartphone Xiaomi. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 139–145.
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap minat beli pakaian anak-anak studi kasus Toko Rizky dan Afdal Pariaman. *Jurnal Indovisi*, 1(1), 232801.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45–53.
- Simamora. (2011). *Memenangkan pasar dengan pemasaran efektif dan profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Susanti, D. (2017). Pengaruh kualitas produk terhadap minat konsumen dalam membeli produk tupperware pada perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 3(5).