

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI PADA PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PENGUSAHA TEGEL REMBANG PASURUAN)

Ishak, SE., MSA<sup>1\*</sup>

Prodi Akuntansi Institut Teknologi dan Bisnis Yadika Pasuruan

[ishakadiguna@gmail.com](mailto:ishakadiguna@gmail.com)

## ABSTRAK

Berdasarkan hasil observasi menyatakan bahwa pendapatan mengalami penurunan dikarenakan persaingan usaha semakin ketat ditambah dengan konsumen tegel semakin menurun karena beralih pada keramik dan granit. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada pelanggan dengan fokus penelitian kasus pada pengusaha Tegel Rembang Pasuruan Tegel Pasuruan. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Dengan jumlah responden 76 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil uji instrument menunjukkan semua variable valid dan reliable dan lolos uji asumsi klasik. Hasil dari uji-F menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama antar variabel. Hasil uji-t menunjukkan ada pengaruh secara signifikan pada semua variabel yaitu kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan. Dengan demikian variabel yang lebih dominan mempengaruhi minat beli pada pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kesimpulan bahwa hasil pengujian baik secara simultan maupun parsial semua variable dependen berpengaruh terhadap variabel independen.

Kata kunci: Kualitas produk, harga produk kualitas pelayanan pada pelanggan.

## ABSTRACT

*Based on the results of observations, it was stated that income had decreased because business competition was getting tougher plus tile consumers were decreasing because they switched to ceramics and granite. This study aims to determine the effect of product quality, product price and service quality on customer buying interest with a focus on case research on Tegel Rembang, Pasuruan, Tegel Pasuruan entrepreneurs. This research method is quantitative. The sampling technique used is purposive sampling. With the number of respondents 76 respondents. The analysis technique used is multiple regression. The results of the instrument test show that all variables are valid and reliable and pass the classical assumption test. The results of the F-test show that there is a mutual influence between variables. The results of the t-test show that there is a significant effect on all variables, namely product quality, product price and service quality. Thus the more dominant variable influencing customer buying interest is service quality. The conclusion that the test results both simultaneously and partially all the dependent variables affect the independent variables.*

*Keywords: Product quality, product price, service quality to customers*

## PENDAHULUAN

Di zaman yang semakin *modern* ini. Dunia usaha mengalami banyak sekali persaingan yang semakin dinamis, kompleks dan tidak pasti, sehingga mengacu pengelola perusahaan untuk dapat berpikir secara kreatif dan inovatif agar selalu memberikan perubahan, serta keunggulan bagi perusahaannya di bandingkan para pesaing-pesaing lainnya. Dalam persepsi masyarakat kualitas produk termasuk salah satu hal yang penting harus diperhatikan. Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk. Selain kualitas produk, dasar dari pengambilan keputusan pelanggan dan para konsumen membeli barang adalah pertimbangan harga produk. Kenyataan menunjukkan bahwa saat ini harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh para pelanggan.

Bukan hanya kualitas produk dan harga produk saja yang menjadi point penting terhadap minat beli para pelanggan di dunia pemasaran. Tetapi kualitas pelayanan juga menjadi salah satu faktor yang diperhitungkan para pelanggan dalam memilih barang dan juga memilih tempat yang akan dituju untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam jargon bisnis pada umumnya yaitu pembeli adalah raja. Dalam artian singkat bahwasanya pembeli harus diperlakukan layaknya seperti raja. Jadi dalam ketiga poin penting yang dapat di simpulkan (kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan) diharapkan sangatlah berpengaruh terhadap minat beli pada pelanggan dan konsumen sebagai acuan untuk membeli dan memilih produk. Bagi pemasar juga lah harus dapat diperhatikan bahwasanya ke tiga poin tersebut sangatlah berpengaruh terhadap hasil penjualannya. Karena antara minat beli pelanggan dengan hasil penjualan sangatlah erat kaitanya dan saling berhubungan. Dimana jika masyarakat merespon dan faham tentang manfaat dan keuntungan produk tersebut maka perusahaan akan memperoleh hasil penjualan yang baik. Begitu juga sebaliknya.

Tujuan daripada penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1), harga produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan terhadap minat beli pada pelanggan (Y).
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1), harga produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara parsial terhadap minat beli pada pelanggan (Y).

## METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan individu yang diteliti dan dimiliki beberapa karakteristik yang sama. Populasi terdiri dari sekumpulan obyek yang menjadi pusat perhatian, yang dari padanya terkandung informasi yang ingin diketahui (Hemas M. Septyan, 2015:33) yang mengutip dalam W. Gulo. Pada penelitian ini, Penulis menjadikan seluruh pelanggan sebagai populasi, dalam artian

konsumen yang sudah berbelanja lebih dari dua kali belanja dianggap sebagai pelanggan Tegel Rembang Pasuruan.

#### 2. Sampel

Dalam penelitian ini penulis mengambil sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Mengenai hal ini arikunto (2010) menjelaskan bahwa *purposive sampling* adalah dilakukan dengan cara mengambil subyek bukan didasarkan atas strata, random atau daerah, tetapi didasarkan pada tujuan tertentu

## B. Data Penelitian

### 1. Jenis dan Sumber data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk angka-angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari kuisioner yang dibagikan dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data diperoleh dari data primer yaitu data yang diperoleh peneliti melalui observasi atau pengamatan langsung dari perusahaan.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kepustakaan Penelitian ini dimaksudkan sebagai cara untuk mendapatkan landasan teori yang dapat dijadikan pedoman dalam membandingkan antara teori yang didapat dari praktek. Penelitian Lapangan, Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan penamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, melalui penyebaran kuisioner kepada para pegawai. Penelitian lapangan dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan kuisioner.

## C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Hemas M. Septyan, 2015:38). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

### 1. Variabel Independen (X)

Variabel independen atau variable bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk (X1), harga produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3).

### 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen atau variable terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen dan menjadi pusat perhatian dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen atau variabel terikat adalah minat beli pada pelanggan (Y).

## D. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang menggunakan kuisisioner atau daftar pertanyaan yang diberikan pada para responden. Selanjutnya akan dijelaskan uji coba instrument sebagai berikut :

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk Mengukur sah dan valid tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Hemas M.Septyan, 2015) yang mengutip dalam Imam Ghozali. Sementara (Bhuono A. Nugroho 2010) mengatakan uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

### 2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas diperlukan untuk memastikan terlebih dahulu apakah data yang diperoleh secara relatif terbebas dari ketidak akuratan, akibat dari ketidak jelasan pertanyaan-pertanyaan kuisisioner.

## E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan terhadap minat daya beli pelanggan di Tegel Rembang Pasuruan. Hasil dari analisis ini dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut :

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

Keterangan :

- Y : minat beli pada pelanggan.
- X<sub>1</sub> : kualitas produk (X<sub>1</sub>)
- X<sub>2</sub> : harga produk (X<sub>2</sub>)
- X<sub>3</sub> : kualitas pelayanan (X<sub>3</sub>)
- a : Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> : Koefisien regresi
- e : Variabel Pengganggu.

## F. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen (Hemas M.Septyan) yang mengutip dalam Imam Ghozali. Multikolinieritas adalah hubungan antara variabel prediktor atau independent terhadap variabel prediktor yang lain. Ketentuannya adalah apabila nilai *tolerance* variabel variable > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas.

### 2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut

homokedastisitas dan jika dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedestisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas (Hemas M.Septyan 2015). Adapun cara untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residunya (SRESID).

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Hemas M. Septyan 2015) yang mengutip dalam Imam Ghozali. Deteksi normalitas dengan penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik. Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti atau garis diagonal, maka regresi mengikuti asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

## G. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variable-variabel terikat atau dependen. Nilai R<sup>2</sup> adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variable-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas. Sedangkan nilai yang mendekati satu berarti variable-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable terikat. Kelemahan dasar dalam menggunakan R<sup>2</sup> adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukan ke dalam model. Setiap tambahan satu variable independen, maka R<sup>2</sup> pasti meningkat tidak peduli apakah variable tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R<sup>2</sup> pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R<sup>2</sup>, nilai *adjusted* R<sup>2</sup> dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

## H. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Parsial (Uji t – Test)

Uji t digunakan untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan, dilalukan analisis secara kuantitatif dengan menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk menguji keberartian

koefisien regresi. Uji t digunakan untuk menguji keberartian koefisien regresi. Hipotesis yang digunakan sebagai berikut :

Ho : Tidak adanya pengaruh dari variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara parsial terhadap variable terikat yaitu minat beli pada pelanggan (Y).

Ha : Adanya pengaruh dari variable bebas yaitu kualitas produk (X1), harga produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu minat beli pada pelanggan (Y).

## 2. Uji Simultan (Uji F – Test)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variable terikat. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

Ho : Tidak adanya pengaruh dari variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara bersamaan atau simultan terhadap variabel terikat yaitu minat beli pada pelanggan (Y).

Ha : Adanya pengaruh dari variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan terhadap variable terikat yaitu minat beli pada pelanggan (Y).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Diskripsi Responden

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 76 responden dengan menggunakan kuisioner, maka dapat diambil beberapa kesimpulan mengenai karakteristik responden yang diteliti. Data tersebut meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan seberapa sering konsumen melakukan pembelian sehingga bisa dikatakan sebagai pelanggan. Gambaran karekteristik secara rinci yaitu :

#### 1. Jenis kelamin responden

Responden berjenis kelamin laki- laki sebanyak 48 orang atau 63,2% dan berjenis kelamin perempuan, yaitu 28 orang atau 36,8%. Hal tersebut menunjukkan responden laki-laki lebih banyak.

#### 2. Usia Responden

Responden yang berusia 21 tahun sampai dengan usia 25 tahun sebanyak 11 orang atau 14%, yang berusia 31 tahun sampai dengan 35 tahun sebanyak 14 orang atau 19,7%, dan yang berusia lebih dari 35 tahun sebanyak 15 orang atau 19,7%. Hal ini menunjukkan sebagian besar pelanggan Tegel Rembang Pasuruan bisa disebutkan usia paru baya yakni berkisar usia 26 tahun sampai 30 tahun.

### 3. Pendidikan Responden

Digambarkan bahwa responden dengan pendidikan S1 sejumlah 21 orang atau 27,6% yang berpendidikan S2 sebanyak 1 orang atau 1,3%, yang berpendidikan SMA sebanyak 50 orang atau 65,8% yang berpendidikan SMP 4 orang atau 5,3%. Hal ini menunjukkan sebagian pelanggan Tegel Rembang Pasuruan berpendidikan SMA yaitu sebanyak 50 orang dari total responden pelanggannya.

### 4. Jumlah Pembelian Responden

Digambarkan bahwasanya responden yang berbelanja pada Tegel Rembang Pasuruan dengan jumlah 2 kali pembelian sebanyak 11 orang atau 14,5%, pelanggan yang berbelanja 3 kali sebanyak 28 orang atau 36,8%, pelanggan yang berbelanja 4 kali pembelian sebanyak 19 orang atau 25%, pelanggan yang berbelanja 5 kali pembelian sebanyak 9 orang atau 11,8%, dan pelanggan yang berbelanja sebanyak lebih dari lima kali belanja pada Tegel Rembang Pasuruan sejumlah 9 orang atau 11,8%. Hal ini menunjukkan pelanggan yang paling banyak datang membeli barang ke Tegel Rembang Pasuruan sejumlah 3 kali. Ditunjukkan pada data tersebut sejumlah 28 orang berbelanja sebanyak 3 kali ke Tegel Rembang Pasuruan.

## B. Diskripsi Variabel Penelitian

Keterangan skor 5 sangat baik, 4 baik sekali, 3 cukup baik, 2 ragu-ragu, 1 kurang baik.

### 1. Variabel Kualitas produk

Pada indikator pertama yaitu keindahan tampilan dari segi motif Tegel yang dijual dapat diketahui bahwa dari responden pelanggan Tegel Rembang Pasuruan ada 1 orang atau 1,3% menyatakan ragu-ragu, ada 15 orang atau 19,7% menyatakan cukup baik, ada 49 orang atau 64,5% menyatakan baik dan ada 11 orang atau 14,5% menyatakan sangat baik. Indikator kedua yaitu keindahan tampilan dari segi warna Tegel yang ditawarkan ada 6 orang atau 7,9% menyatakan ragu - ragu, ada 34 orang atau 44,7% menyatakan cukup baik dan ada 36 orang atau 47,7% menyatakan baik. Untuk indikator yang ketiga daya tahan produk pada saat proses pemasangan Tegel dan penggunaannya ada 2 orang atau 3,9% menyatakan ragu - ragu, ada 30 orang atau 39,5% menyatakan cukup baik, ada 41 orang atau 53,9% menyatakan baik dan ada 2 orang atau 2,6% menyatakan sangat baik. Untuk indikator yang keempat presisi ukuran dan kemudahan pemasangan Tegel ada 2 orang atau 2,6% menyatakan ragu-ragu, ada 25 orang atau 32,9% menyatakan cukup baik, ada 47 orang atau

61,8% menyatakan baik dan ada 2 orang atau 2,6% menyatakan sangat baik.

## 2. Variabel Harga produk (X2)

Pada indikator pertama yaitu kesesuaian harga produk dengan kualitas yang di tawarkan dapat diketahui bahwa dari 76 responden pelanggan Tegel Rembang Pasuruan ada 1 orang atau 1,3% menyatakan ragu - ragu, 18 orang atau 23,7% menyatakan cukup baik, ada 47 orang atau 61,8 % menyatakan baik dan ada 10 orang atau 13,2% menyatakan sangat baik. Indikator yang kedua yaitu harga produk bila dibandingkan dengan para pesaing di wilayah pasuruan dapat diketahui bahwa dari 76 responden pelanggan Tegel Rembang Pasuruan ada 1 orang atau 1,3% menyatakan ragu-ragu, 44 orang atau 57,9% menyatakan cukup baik, dan 29 orang atau 38,2% menyatakan baik dan 2 orang atau 2,6% menyatakan sangat baik. Indikator yang ketiga yaitu harga produk bila dibandingkan dengan para pesaing di luar kota pasuruan dapat diketahui bahwa dari 76 responden pelanggan Tegel Rembang Pasuruan terdapat 8 orang atau 10,5% menyatakan ragu – ragu, 24 orang atau 31,6% menyatakan cukup baik dan 40 orang atau 52,6% menyatakan baik dan ada 4 orang atau 5,3% menyatakan sangat baik dan tidak ada responden yang menyatakan kurang baik. Indikator yang keempat yaitu potongan harga dan bonus yang diberikan Tegel Rembang Pasuruan apabila pelanggan membeli dalam jumlah tertentu dapat diketahui bahwa dari 76 responden pelanggan Tegel Rembang Pasuruan terdapat 5 orang atau 6,6% menyatakan ragu-ragu, 16 orang atau 21,1% menyatakan cukup baik, ada 45 orang atau 59,2% menyatakan baik, ada 10 orang atau 13,2% menyatakan sangat baik dan tidak ada responden yang menjawab atau memilih kurang baik.

## 3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Indikator pertama yaitu keramahan pegawai Tegel Rembang Pasuruan dalam menangani para pelanggan terdapat 1 orang atau 1,3% menyatakan ragu - ragu. 8 orang atau 10,5% menyatakan cukup baik ada 60 orang atau 78,9 % menyatakan baik dan ada 7 orang atau 9,2% menyatakan sangat baik. Dan tidak ada responden yang menjawab kurang baik. Indikator yang kedua yaitu kecepatan respon pegawai Tegel Rembang Pasuruan dalam melayani para pelanggan terdapat 1 orang atau 1,3% menyatakan ragu - ragu. Ada 18 orang atau 23,7 % menyatakan cukup baik, ada 57 orang atau 75% menyatakan baik. Tidak ada responden yang menjawab sangat baik maupun kurang baik. Indikator yang ketiga yaitu kecepatan pengiriman barang yang dilakukan Tegel Rembang Pasuruan kepada para pelanggannya terdapat 3 orang atau

3,9% menyatakan ragu - ragu. 48 orang atau 63,2% menyatakan cukup baik, ada 25 orang atau 32,9% menyatakan baik. Dan tidak ada responden yang menyatakan kurang baik maupun sangat baik. Indikator yang keempat yaitu bagaimana tanggung jawab kepada para pelanggannya jika terjadi masalah tertentu dalam pembelian produknya terdapat 1 orang atau 1,3% menyatakan ragu-ragu, ada 30 orang atau 39,5% menyatakan cukup baik, dan ada 45 orang atau 59,2% menyatakan baik. Tidak ada responden yang menjawab kurang baik dan sangat baik.

## 4. Variabel Minat Beli

Pada Pelanggan terdapat 1 orang atau 1,3% menyatakan ragu-ragu, Ada 22 orang atau 28,9% menyatakan kurang setuju, ada 51 orang atau 67,1% menyatakan setuju, ada 2 orang atau 2,6% menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Indikator yang ketiga yaitu kualitas pelayanan dinilai pelanggan menjadi faktor untuk kembali lagi dalam membeli produk pada Tegel Rembang Pasuruan terdapat 35 orang 46,1% menyatakan kurang setuju, ada 40 orang atau 52,6% menyatakan setuju, ada 1 orang atau 1,3% menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menjawab tidak setuju. Indikator yang keempat yaitu apakah nama perusahaan Tegel Rembang Pasuruan yang sudah terkenal dijadikan faktor untuk kembali lagi dalam membeli produk terdapat 21 orang atau 27,6% menyatakan kurang setuju, ada 51 atau 67,1% menyatakan setuju dan ada 4 atau 5,3% menyatakan sangat setuju. Tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju maupun ragu-ragu.

## C. Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep gejala atau kejadian yang diukur. Item kuisioner dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel ( $n - k$ ). Pada variabel kualitas produk (X1) yang mempunyai 4 pertanyaan, maka  $df = 76$  (jumlah responden)  $- 4 = 72$  dan pada  $r$  tabel = 0,229.

Hasil analisis nilai validitas pada tabel *Corrected item total corellation* menunjukkan bahwa nilai X1.1 menyatakan 0,536  $>$  0,229, nilai X1.2 menyatakan 0,619  $>$  0,229, X1.3 menyatakan 0,597  $>$  0,229 dan nilai X1.4 menyatakan 0,550  $>$  0,229. Dapat disimpulkan dari hasil analisis tersebut nilai variabel kualitas produk memenuhi uji validitas dan dapat digunakan.

Pada variabel harga produk (X2) yang mempunyai 4 pertanyaan, maka  $df = 76$  (jumlah responden)  $- 4 = 72$  dan pada  $r$  tabel = 0,229. Hasil analisis nilai validitas pada tabel *Corrected*

*item total corellation* menunjukkan bahwa nilai X2.1 menyatakan  $0,387 > 0,229$ , nilai X2.2 menyatakan  $0,529 > 0,229$ , nilai X2.3 menyatakan  $0,265 > 0,229$  dan nilai dari X2.4 menyatakan  $0,455 > 0,229$ . Dapat disimpulkan dari hasil analisis tersebut nilai variable harga produk memenuhi uji validitas dan dapat digunakan.

Pada variabel harga produk (X2) yang mempunyai 4 pertanyaan, maka  $df = 76$  (jumlah responden)  $- 4 = 72$  dan pada  $r$  tabel =  $0,229$ . Hasil analisis nilai validitas pada tabel *Corrected item total corellation* menunjukkan bahwa nilai X3.1 menyatakan  $0,565 > 0,229$ , nilai X3.2 menyatakan  $0,495 > 0,229$ , nilai dari X3.3 menyatakan  $0,404 > 0,229$  dan nilai dari X3.4 menyatakan  $0,430 > 0,229$ . Dapat disimpulkan dari hasil analisis tersebut nilai variabel kualitas pelayanan memenuhi uji validitas dan dapat digunakan.

Pada variabel minat beli pada pelanggan (Y) yang mempunyai 4 pertanyaan, maka  $df = 76$  (jumlah responden)  $- 4 = 72$  dan pada  $r$  tabel =  $0,229$ . Hasil analisis nilai validitas pada tabel *Corrected item total corellation* menunjukkan bahwa nilai Y1.1 menyatakan  $0,523 > 0,229$ , nilai Y1.2 menyatakan  $0,358 > 0,229$ , nilai Y1.3 menyatakan  $0,451 > 0,229$ , nilai Y1.4 menyatakan  $0,310 > 0,229$ . Dapat disimpulkan dari hasil analisis tersebut nilai variabel minat beli pada pelanggan memenuhi uji validitas dan dapat digunakan.

## 2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik pengujian realibilitas dengan menggunakan nilai koefisien realibilitas *cornbach`s alpha*. Apabila nilai koefisien dari *cornbach`s alpha* lebih besar dari  $0,60$  maka variabel tersebut sudah reliabel. Variabel kualitas produk menunjukkan nilai sebesar  $0,773$ . Variabel Harga produk  $0,634$ . Variabel Kualitas pelayanan  $0,691$  dan minat beli pada masyarakat  $0,629$ . Dari nilai tersebut diatas menunjukkan masing-masing nilai lebih besar dari  $0,60$  yang menjadi syarat utama. Dan dipastikan semua variabel dikatakan reliabel.

## 3. Uji Asumsi klasik

### a. Uji multikolinieritas

Cara mengujinya yaitu membandingkan nilai *tolerance* dan nilai *Variant Inflation Factor* (VIF). Bila nilai VIF lebih kecil dari  $10$  dan nilai toleransinya di atas  $0,1$  atau  $10\%$  maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas yang didapat dari perhitungan regresi berganda.

### b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi

ketidaksamaan varians dari residual, dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika pengamatan dari residual, dari pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas.

## 4. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Dari analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,723 + 0,199X_1 + 0,249X_2 + 0,363X_3 + e$$

Hasil penjelasan dari persamaan regresi linier berganda adalah :

- Jika faktor kualitas produk (X1), harga produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) sama dengan  $0$  maka besaran variabel Y adalah  $0,723$ .
- Jika X1 (kualitas produk) dianggap  $1$  maka akan diperoleh persamaan  $Y = 0,723 + 0,199$  dan  $Y = 0,922$  artinya jika diterapkan dengan faktor kualitas produk maka minat beli pelanggan sebesar  $0,922$ . Atau jika kualitas produk (X1) naik satu satuan, maka minat beli pada pelanggan (Y) juga naik sebesar  $0,199$ .
- Jika X2 (Harga Produk) dianggap  $1$  maka akan diperoleh persamaan  $Y = 0,723 + 0,249$  dan  $Y = 0,972$  artinya jika diterapkan dengan faktor harga produk maka minat daya beli pada pelanggan sebesar  $0,972$ . Atau jika harga produk (X2) naik satu satuan, maka minat beli pada pelanggan (Y) juga naik sebesar  $0,249$ .
- Jika X3 (Kualitas Pelayanan) dianggap  $1$  maka akan di peroleh persamaan  $Y = 0,723 + 0,363$  dan  $Y = 1,086$  artinya jika diterapkan dengan faktor kualitas pelayanan maka minat daya beli pelanggan sebesar  $1,086$ . Atau jika kualitas pelayanan (X3) naik satu satuan, maka minat beli pada pelanggan (Y) juga naik sebesar  $0,363$ .

## D. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa korelasi antara variabel minat daya beli pelanggan dengan seluruh variabel bebas yaitu kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan adalah  $R = 0,740 > 0,05$ . Sedangkan koefisien determinasi (*adjusted  $R^2$* ) yang diperoleh sebesar  $0,529$ . Hal ini berarti  $52,9\%$  variable minat daya beli masyarakat dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya  $57,1\%$  diterangkan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## E. Pengujian Hipotesis

### 1. Hipotesis I ( Uji F/ Simultan)

Tabel 1  
Hasil Pengujian (Uji F / Simultan)  
ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	S
1 Regression	5.467	3	1.822	29.090	.000 <sup>a</sup>
Residual	4.510	72	.063		
Total	9.977	75			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data Output SPSS 16 diolah 2023

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis pengujian hipotesis I bahwa Kualitas produk (X1) harga produk (X2) dan Kualitas pelayanan (X3) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada pelanggan (Y), terbukti dari nilai F hitung > F tabel yaitu 29,090 > 2,50 dan sig F < level of significant (a) yaitu 0,000 < 0,05.

### 2. Hipotesis II (Uji T / Parsial)

Tabel 2  
Hasil Pengujian (Uji T / Parsial)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.723	.322		2.247	.028		
X1	.199	.071	.260	2.807	.006	.734	1.363
X2	.249	.071	.320	3.502	.001	.754	1.327
X3	.363	.090	.364	4.009	.000	.762	1.312

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Data Output SPSS 16 diolah 2023

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai t tabel sebesar 1,666 (df residual = 76)  $n-k / 76-3 = 73$  dengan level of significant (a) sebesar 0,05. Dan diperoleh hasil sebagai berikut :

- Variabel kualitas produk (X1) memiliki t hitung > t tabel yaitu 2,807 > 1,666 dan sig > a yaitu 0,006 < 0,05, maka disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dijelaskan kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat daya beli pelanggan (Y).
- Variabel harga produk (X2) memiliki t hitung > t tabel yaitu 3,502 > 1,666 dan sig < a yaitu 0,01 < 0,05, maka disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha di terima sehingga dijelaskan harga produk (X2) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat daya beli pelanggan (Y)

- Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki t hitung > t tabel yaitu 4,009 > 1,666 dan sig < a yaitu 0,000 < 0,05, maka disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dijelaskan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat daya beli pelanggan (Y) Dari tabel *coeffisients* dapat diketahui bahwa nilai *unstandardized coefficients b* pada kualitas produk sebesar 0,199, harga produk 0,249, dan kualitas pelayanan 0,363. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *unstandardized coefficients b* pada kualitas pelayanan lebih besar dibandingkan kualitas produk dan harga produk. Dari nilai *unstandardize coefficients b* dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh lebih dominan terhadap minat beli pada pelanggan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- Dari hasil perhitungan tabel *anova* menunjukkan bahwa kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada pelanggan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung > F tabel yaitu 29,090 > 2,50 dan sig F < level of significant (a) yaitu 0,000 < 0,05.
- Dari hasil perhitungan *coefficient* menunjukkan bahwa ketiga faktor berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada pelanggan yaitu kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan. Terbukti dari nilai t hitung > t tabel atau sig t < level of significant (a) pada masing-masing variabel, yaitu :
  - Variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai t hitung > t tabel yaitu 2,807 > 1,666 dan sig < a yaitu 0,006 < 0,05 yang berarti signifikan dan berpengaruh secara parsial.
  - Variabel harga produk (X2) memiliki nilai t hitung > t tabel yaitu 3,502 > 1,666 dan sig < a yaitu 0,01 < 0,05 yang berarti signifikan dan berpengaruh secara parsial.
  - Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai t hitung > t tabel yaitu 4,009 > 1,666 dan sig < a yaitu 0,000 < 0,05 yang berarti signifikan dan berpengaruh secara parsial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2015. *Mengukur Kualitas Pelayanan, dengan indeks kepuasan*. Yogyakarta: Kurnia Kalam Semesta.
- Anwar Prabu mangkunegara, (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Edisi Kesepuluh, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*.(Edisi Revisi) Jakarta : Rineka Cipta.
- Bhuono, Agung Nugroho. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta : ANDI
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan progam IBM SPSS 21*. Edisi,7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hartimbul, Nembah F Ginting. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : CV Yrama Widya.
- Peter, J. Paul Dan Jerry C Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Phillip dan Garry Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13 Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2010, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta penerbit Erlangga.
- Peter. J Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.
- Prabu. A.A. Anwar Mangkunegara. 2012. *Prilaku Konsumen*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif & RND*. Bandung :Alfabeta
- Tjiptono, Fandi. (2014). *Pemasaran Jasa*. Jakarta : Gramedia cawing.
- .