

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI STUDI KASUS PADA MILK AND FOOD POM SABA EMBE**Oleh :****Taopik Hidayat**Manajemen, STIE Yasa Anggana Garut
taopikhidayat79@stieyasaanggana.ac.id**Neng Sri Wulandari**Manajemen, STIE Yasa Anggana Garut
wulandarisri@gmail.com**Article Info***Article History :**Received 16 Des - 2022**Accepted 25 Des - 2022**Available Online**30 Des – 2022***Abstract**

The purpose of this study was to determine the effect of price and product quality on buying interest in Milk and Food Pom Saba Embe Garut. This researcher uses a quantitative method, multiple correlation with a survey technique on a sample of 68 people. The population of this study is Milk And Food Pom Saba Embe Garut consumers. The test results obtained a value of 0.812 indicating that there is a very strong influence between price (X1) and product quality (X2) which have a joint effect on buying interest (Y). The coefficient is between the interval of the coefficient 0.80 – 1.000. Furthermore, there is a Fcount value of 62.968 > Ftable of 2.75 and for a sig value of 0.000 < 0.05 so it can be concluded that the hypothesis is accepted which means there is a positive influence between (X1) price and (X2) product quality simultaneously on buying interest (Y). This conclusion is also strengthened by testing the coefficient of determination. The results of the test for the coefficient of determination show that the contribution of price (variable X1) and product quality (X2) to purchase intention (variable Y) at Milk And Food Pom Saba Embe Garut is 66% and the remaining 34% is influenced by other variables not examined.

*Keyword :**Price and Product Quality,
Purchase Intention***1. PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi di Indonesia telah berkembang ke arah yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan bisnis mereka dan juga persaingan dalam dunia bisnis ini semakin ketat. Hal ini menuntut setiap perusahaan untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan harus merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan minat beli bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Salah satu bisnis yang berkembang pesat dan merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bisnis dalam bidang makanan dan minuman atau dikenal dengan istilah kuliner. Persaingan yang semakin ketat tersebut ditandai dengan banyaknya bisnis dalam bidang kuliner yang menghasilkan produk dengan jenis yang sama akan tetapi harga dan pelayanan

beraneka ragam. Dengan demikian, para pelaku bisnis kuliner dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik para konsumen untuk mengkonsumsi produk dan jasa yang ditawarkan agar mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya. Para pelaku bisnis kuliner harus selalu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen agar konsumen merasa puas terhadap barang atau jasa yang telah mereka beli.

Minat beli merupakan hasil evaluasi dari dalam diri individu seorang konsumen tentang suatu produk atau jasa, mengenai kualitas, kemampuan serta keuntungan apa saja yang akan diperoleh jika mengkonsumsi produk tersebut. Minat beli ini muncul ketika seorang konsumen melihat suatu produk dan jasa yang ditawarkan, baik dari penampilan, kemasan, serta keunggulan produk tersebut. Menurut Simamora (2002:106), "Minat beli terhadap suatu produk timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang di iringi dengan kemampuan untuk membeli produk.

Menurut Durianto dan Liana (2004:44), "Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat beli konsumen adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sana timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut hingga pada akhirnya timbul keinginan untuk membeli sehingga dapat memilikinya Kotler (2009:205).

Minat beli merupakan keinginan untuk membeli yang timbul setelah konsumen merasa tertarik dan ingin memakai produk yang dilihatnya. Dan merupakan pernyataan mental dari konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Hal tersebut sangat diperlukan oleh pemasar untuk mengetahui minat beli konsumen terhadap suatu produk, baik para pemasar maupun ahli ekonomi menggunakan variabel minat beli untuk memprediksi perilaku konsumen di masa yang akan datang. Pentingnya minat beli bagi perusahaan yaitu untuk memprediksi perilaku konsumen dimasa yang akan datang, dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi yang ditawarkan untuk membedakan produk perusahaan. selain penting bagi perusahaan minat beli juga memberikan manfaat bagi konsumen. Pentingnya minat beli adalah untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari konsumen demi melangsungkan kehidupannya. Kegiatan melakukan pembelian, aktifitas konsumen dalam membeli barang, produksi, konsumen dalam membeli suatu barang. Pengalaman dalam pemilihan produk, konsumen harus bisa dan mempunyai pengalaman dalam membeli produk. Menggunakan produk konsumen juga harus bisa menggunakan produk. Pengalaman dalam pemilihan produk konsumen juga harus pandai dalam memilih produk yang akan dibeli.

Keinginan untuk membeli Swastha (2014) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Sedangkan menurut Abdurachman (2004) beberapa faktor faktor yang mempengaruhi minat beli yaitu faktor kualitas, faktor *brand*/merek, faktor kemasan, faktor harga, faktor ketersediaan barang, dan faktor acuan.

Philip Kotler, (2009) menyatakan arti dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Tjiptono, (2011)

berpendapat kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Kotler dan Keller, 2012). Kualitas produk merupakan ciri dari suatu produk dan kemampuan produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Kualitas berdampak langsung terhadap kinerja suatu produk maupun jasa, sehingga berhubungan dengan *value* atau nilai dan kepuasan konsumen. Dengan adanya kualitas yang bagus dan terpercaya, produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas (Kotler dan Armstrong, 2010).

Faktor kedua yang mempengaruhi minat beli adalah harga, harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menimbulkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (*a statement of value*). Harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat Armstrong, (2012). Harga menurut Tjiptono merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk atau kualitas, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya atau pengeluaran.

Salah satu gerai minuman yang cukup terkenal di Wanaraja Garut yaitu *Milk And Food Pom Saba Embe* berdiri pada tahun 2014. *Milk And Food Pom Saba Embe* merupakan perusahaan dagang yang memproduksi olahan susu sapi dan susu embe dengan merek dagang Saba Embe. Selain itu *Milk And Food Pom Saba Embe* Wanaraja Garut memiliki kedai yang beralamat di Jl. Raya Wanaraja No.311, Wanajaya, Wanaraja, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44183.

Milk And Food Pom Saba Embe didirikan sebagai kedai minuman susu dengan banyak varian rasa yang unik dengan harga terjangkau. Selain menjual minuman susu *Milk And Food Pom Saba Embe* juga menjual berbagai macam makanan ringan. Seiring dengan berjalannya waktu banyak pesaing yang hampir menyerupai produk minuman susu saling bermunculan tetapi hal itu tidak

membuat *Milk And Food* Saba Embe menjadi tergantikan bahkan setiap tahun mengalami peningkatan, pada tahun 2020 mengalami penurunan omset tetapi ini terjadi akibat adanya wabah virus Covid-19. Adapun data yang berhasil diperoleh dalam tahun pertama berdiri sampai tahun saat ini pada tabel sebagai berikut :

Tabel 1
Data Penjualan Produk Minuman Dan Makanan Pom Saba Embe Tahun 2014-2021

| NO | Tahun | Target | Realisasi | Prese ntase |
|----|-------|--------|-----------|----------------|
| 1 | 2014 | 29.163 | 20.133 | 48% |
| 2 | 2015 | 29.986 | 20.956 | 52% |
| 3 | 2016 | 30.113 | 21.356 | 53% |
| 4 | 2017 | 30.954 | 21.958 | 56% |
| 5 | 2018 | 31.546 | 26.151 | 68% |
| 6 | 2019 | 32.813 | 29.283 | 80% |
| 7 | 2020 | 32.998 | 19.341 | 53% |
| 8 | 2021 | 29.546 | 18.432 | 45% |

Sumber: Laporan Penjualan Milk And Food Pom Saba Embe Wanaraja, 30 juli 2021

Berdasarkan tabel data penjualan di atas menunjukkan bahwa *Milk And Food* Saba Embe mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya. Terlihat pada tahun 2018 dan 2019 pada tahun tersebut meningkat pesat dengan 80%, karena banyaknya yang membeli minuman susu dan makanan ringan di pom saba embe. Tetapi pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan omset yang disebabkan oleh adanya wabah virus Covid-19 pada awal tahun 2020 sampai saat ini tahun 2021 langsung terjadi penurunan omset, setiap tahun banyak pesaing yang menyerupai produk minuman susu tersebut dengan harga yang lebih rendah, diadakannya pembatasan sosial bersekala besar (PSBB) dan membuat kedai harus ditutup sementara dan jam tutup dipercepat membuat kedai saba embe mengalami penurunan omset. Dalam hal itu *Milk And Food* Saba Embe mempunyai pelanggan yang mungkin tetap membeli tetapi dengan melakukan *takeaway*.

Beberapa permasalahan diatas menyebabkan *Milk And Food* Saba Embe mengalami penurunan omset pada tahun 2020. Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terjadi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Studi Kasus Pada *Milk And Food* Pom Saba Embe”.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Harga

Menurut Kotler (2012) harga merupakan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk mendapatkan suatu produk.

Menurut Kotler (2012) terdapat empat indikator ukuran yang mencirikan harga yaitu sebagai berikut: Keterjangkauan harga adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau. Kesesuaian harga dan kualitas produk, untuk produk tertentu biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik. Kesesuaian harga dengan manfaat, perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan adanya pertimbangan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga, konsumen terkadang mengabaikan harga suatu produk namun lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Tjiptono (2011) berpendapat kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Menurut Kotler dan Armstrong Indikator kualitas produk adalah kemampuan produk melaksanakan fungsinya, kinerja (*performance*), fitur produk (*features*), bentuk (*form*), kesesuaian (*conformance*), kemudahan layanan (*serviceability*). Adapun dimensi kualitas produk : kinerja (*performance*), fitur produk (*features*), kesesuaian (*conformance*), estetika (*aesthetics*), dan kemudahan layanan (*serviceability*).

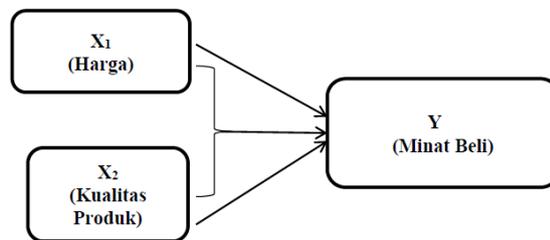
Minat Beli

Menurut Assael Sukmawati dan Suyono yang dikutip dalam Pramono (2015:54) minat beli adalah tahanan yang dilakukan oleh konsumen sebelum merencanakan untuk membeli suatu produk. Menurut Fandy Tjiptono (2015:140) menyatakan bahwa minat beli konsumen mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk.

Minat beli dapat diukur dengan berbagai dimensi secara umum, dimensi tersebut adalah berkenaan dengan empat dimensi pokok (Priansa, 2017) yaitu: Minat Transaksional merupakan kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan, ini didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Minat Referensial merupakan kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produknya kepada orang lain. Minat tersebut muncul setelah konsumen memiliki pengalaman dan informasi tentang produk tersebut. Minat Preferensial merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensi utama terhadap produk-produk tersebut. Preferensi tersebut hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya. Minat Eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Adapun yang menjadi struktur paradigma penelitian dalam usulan penelitian dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 1
Struktur Paradigma Penelitian.



3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif asosiatif. Metode deskriptif merupakan uraian sistematis tentang teori dan hasil-hasil penelitian yang relevan dengan variabel yang diteliti. Sedangkan metode asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, dengan bentuk hubungan kausal yaitu hubungan yang menunjukkan sebab akibat. Dalam pelaksanaan penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut :

- 1) Kuesioner atau angket.
- 2) Observasi
- 3) Wawancara atau interview
- 4) Studi pustaka

Data yang diperoleh dari hasil penelitian kemudian diolah dan dianalisis menggunakan metode analisis Analisis Kuantitatif : yaitu suatu analisis data dengan menggunakan rumus statistika berupa uji validitas dan uji reliabilitas, analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga (X1) Terhadap Minat Beli (Y) Pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut

Hasil pengujian untuk mengetahui pengaruh harga (X1) terhadap minat beli (Y), dan pengujian tersebut menggunakan koefisien korelasi. Korelasi ini dapat mengetahui hubungann variabel bebas (X) terhadap variabel yang dipengaruhi (Y) secara parsial. Dari pengujian tersebut diperoleh nilai 0,711 sehingga menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara harga (X1) terhadap minat beli (Y). Koefisien tersebut berada diantara interval sebesar koefisien 0,60 – 0,799. Artinya harga terhadap minat beli pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut berhubungan “kuat”.

Setelah itu terdapat pengujian untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel (X1) harga terhadap variabel (Y) minat beli, pengujian tersebut menggunakan koefisien determinasi. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh harga (variabel X1) terhadap minat beli (variabel Y) pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut adalah sebesar 50,6 % dan sisanya 49,9 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Sedangkan terdapat pengujian hipotesis yaitu uji t, yang mana pengujian tersebut digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (harga) secara individual mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (minat beli). Terdapat nilai thitung 8,220 > ttabel 1,699 dan untuk nilai sig 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga harga berpengaruh positif dan signifikan kepada minat beli pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut. Yang artinya jika harga ditetapkan dengan tepat, maka dapat mendorong minat beli semakin meningkat pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut.

Adapun hasil penelitian lain yang pernah dilakukan oleh Epa Susanti dan Adi Sismanto (2020) Berdasarkan hasil pengujian tersebut menunjukkan koefisien beta bertanda positif, hal tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh harga terhadap minat beli adalah positif atau dapat diartikan bahwa semakin besar harga yang diberikan akan semakin besar pula minat beli konsumen. bahwa suatu harga berpengaruh terhadap pembelian. Pada saat pelanggan melakukan evaluasi dan penilaian terhadap harga dari suatu produk maka akan sangat

dipengaruhi oleh perilaku pelanggan itu sendiri. Dengan demikian terdapat teori yang menyatakan bahwa harga biasanya menjadi pertimbangan seseorang untuk membeli sesuatu produk barang atau jasa dan apabila harga yang dibayarkan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen, maka akan timbul rasa kecewa dan berdampak kepada tidak adanya minat untuk memakai produk atau jasa itu kembali (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011 : 61).

Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y) Pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut

Dalam kasus ini Milk And Food Pom Saba Embe perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner yang mana kualitas produk merupakan kunci utama dalam kesuksesan yang ingin di raih. Hal ini terlihat dari beberapa indikator yang saling berkesinambungan diantara kualitas produk terhadap minat beli, seperti indikator Kualitas produk pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut berkategori “Baik” namun belum mencapai optimal, beberapa pernyataan yang sudah berjalan dengan baik yaitu produk Pom Saba Embe bisa dipesan melalui aplikasi Gojek sehingga mempermudah untuk membeli. Hal ini dikarenakan Milk And Food Pom Saba Embe Garut mempermudah konsumen dengan menyediakan kualitas layanan secara online, dengan hanya berdiam diri dirumah konsumen Pom Saba Embe bisa menikmati produk yang dijual dengan memesan dengan menggunakan aplikasi Gojek. Sejalan dengan teori Kasmir (2017:47) pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, meningkatkan minat beli, sesama karyawan, dan juga pimpinan.

Adapun hasil pengujian untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X2) terhadap minat beli (Y), dan pengujian tersebut menggunakan koefisien korelasi. Korelasi ini dapat mengetahui hubungann variabel bebas (X) terhadap variabel yang dipengaruhi (Y) secara parsial. Hasil pengujian tersebut diperoleh nilai 0,798 sehingga menunjukkan adanya pengaruh yang kuat antara kualitas produk (X2) terhadap minat beli (Y). Koefisien tersebut berada diantara interval sebesar koefisien 0,60 – 0,799. Artinya kualitas produk terhadap minat beli pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut berhubungan “kuat”.

Setelah itu terdapat pengujian untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel (X2) kualitas produk terhadap variabel (Y) minat beli, pengujian tersebut menggunakan koefisien determinasi. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan

kontribusi pengaruh kualitas produk (variabel X2) terhadap minat beli (variabel Y) pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut adalah sebesar 63,6 % dan sisanya 36,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk memperkuat penelitian ini terdapat penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh Bayu Prawira dan Ni Nyoman Kerti Yasa, (2014) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas Produk yang diberikan akan meningkatkan minat membeli konsumen. Konsumen memutuskan berbelanja di toko dilihat dari informasi yang diberikan penjual sesuai dengan produk yang ditawarkan. kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan sikap konsumen, dimana kualitas produk memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Pengaruh Harga (X1) Dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli (Y) Pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut

Berdasarkan hasil pengujian pertama untuk mengetahui pengaruh harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap minat beli (Y), dan pengujian tersebut menggunakan koefisien korelasi berganda. Korelasi ini dapat mengetahui hubungann variabel bebas yaitu (X1 dan X2) secara simultan terhadap variabel yang dipengaruhi (Y). Hasil pengujian tersebut diperoleh nilai 0,812 sehingga menunjukkan adanya pengaruh yang sangat kuat antara harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh secara bersama sama terhadap minat beli (Y). Koefisien tersebut berada diantara interval sebesar koefisien 0,80 – 1,000. Artinya harga dan kualitas produk terhadap minat beli pada Milk And Food Pom Saba Embe berhubungan “sangat kuat”. Artinya harga dan kualitas produk yang dijalankan oleh Milk And Food Pom Saba Embe Garut mampu mendorong perusahaan dapat memperkirakan target penjualan untuk memperoleh keuntungan yang ditentukan, proses tersebut dimana Milk And Food Pom Saba Embe menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk, ketika konsumen membeli produk dan merasakan manfaatnya dan juga perusahaan mendapatkan keuntungan, sehingga menguntungkan kedua belah pihak.

Minat beli pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut berada pada kategori “Baik”, namun masih ada yang belum memenuhi harapan konsumen Artinya, sebagian konsumen sudah merasa puas

atas pelayanan dan produk yang ditawarkan Pom Saba Embe, namun masih ada sebagian konsumen merasa produk yang ditawarkan belum memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian di atas untuk memperkuat terdapat penelitian sebelumnya di lakukan oleh (Wawan Supriatna, Ade Rachmawan Dan Zakaria : 2021) Hasil dari penelitian tersebut adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Artinya konsumen mempertimbangkan penetapan harga dan kualitas produk untuk melakukan pembelian. Dengan adanya kualitas produk yang dilakukan perusahaan tersebut dan penetapan harga yang sesuai dengan produk dan kebutuhan konsumen, ternyata dapat meningkatkan minat beli secara signifikan bagi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan kualitas produk yang baik sesuai dengan harga yang ditetapkan dan terjangkau bagi konsumen untuk meningkatkan minat beli.

Setelah itu terdapat pengujian untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (X1) harga dan kualitas produk (X2) terhadap variabel terkait (Y) minat beli, pengujian tersebut menggunakan koefisien determinasi. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh harga (variabel X1) dan kualitas produk (X2) terhadap minat beli (variabel Y) pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut adalah sebesar 66% dan sisanya 34% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, diantaranya dipengaruhi oleh promosi, iklan, rantai pasokan, kombinasi, dan lokasi, (Hasan Ali dalam Kusuma dkk, 2018 : 364).

Terakhir terdapat pengujian hipotesis, yang mana dilakukan uji F. Pengujian ini tersebut digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (harga) dan (kualitas produk) secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (minat beli). Terdapat nilai $F_{hitung} 62,968 > F_{tabel} 2,75$ dan untuk nilai $sig 0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh positif antara (X1) harga dan (X2) kualitas produk secara simultan terhadap minat beli (Y). Sehingga bila mana keduanya dilakukan bersamaan secara tepat dan baik maka minat beli akan meningkat pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut.

5. Kesimpulan

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli studi pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut sebagai berikut:

- 1) Dalam penelitian ini harga (X1) memiliki pengaruh terhadap minat beli (Y), terdapat nilai yang dihasilkan sebesar 0,711 sehingga termasuk kedalam kategori “kuat” dengan kontribusi pengaruhnya (koefisien determinasi) sebesar 50,6%. Kemudian nilai $t_{hitung} 8,220 > t_{tabel} 1,699$ dan untuk nilai $sig 0,000 < 0,05$ yang mana terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap minat beli. Artinya jika harga ditetapkan dengan tepat, maka dapat mendorong minat beli semakin meningkat pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut.
- 2) Kualitas produk (X2) memiliki pengaruh terhadap minat beli (Y), terdapat nilai yang dihasilkan sebesar 0,798 sehingga masuk kedalam kategori “kuat” dengan kontribusi pengaruhnya (koefisien determinasi) sebesar 63,6%. Kemudian nilai $t_{hitung} 10,742 > t_{tabel} 1,699$ dan untuk nilai $sig 0,000 < 0,05$ dimana terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli. Artinya bilamana memberikan kualitas produk dengan baik, maka dapat mendorong minat beli semakin meningkat pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut.
- 3) Harga (X1) dan kualitas produk (X2) memiliki pengaruh terhadap minat beli (Y), terdapat nilai yang dihasilkan sebesar 0,812 sehingga masuk kedalam kategori “sangat kuat” dengan kontribusi pengaruhnya (koefisien determinasi) sebesar 66%. Kemudian nilai $F_{hitung} 62,968 > F_{tabel} 2,75$ untuk nilai $sig 0,000 < 0,05$, sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap minat beli. Artinya bilamana keduanya dilakukan bersamaan secara tepat dan baik maka minat beli akan meningkat pada Milk And Food Pom Saba Embe Garut.

6. REFERENSI

- Amani, Akbar Riskal. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli Nissan Livina. Diss. UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020.
- Fauzan, Ahmad, and Abdul Rohman. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Kawasaki." *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen* 9.2 (2019): 104-113.
- Hakim, Lukman Nur. Analisis Pengaruh Harga, E-WOM dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Nmax di Kabupaten Kebumen. Diss. Universitas Putra Bangsa, 2021.

- Irawan, Muhammad Rizal Nur. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya." *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri* 5.2 (2020): 140-156.
- Milansari, Herlina, et al. . "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Sweetin." *Inovasi Manajemen dan Kebijakan Publik* 4.1 (2021): 1-1.
- Mulyani, Ade Sri, and Kasmanto Miharja. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Susu Ibu Hamil." *Jurnal Akrab Juara* 5.1 (2020): 35-42.
- Sri, Purwanti. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kosmetik Ella Skincare Pada Mahasiswi Di Universitas Widya Dharma Klaten." Diss. Universitas Widya Dharma Klaten, 2020.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Vol. 2 No. 1.
- Susanti, Epa, and Adi Sismanto. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Batik Besurek Pada Toko Sari Rasa." (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains* 2.1 (2021): 53-58.
- Sugiyono. 2014, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015, *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyatna, Wawan, Ade Rachmawan, and Zakaria Zakaria. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Peyek Kacang Diprodusen Peyek Berkah Bersaudara Bojong Sari, Depo, Jawa Barat." *Jurnal Semarak* 4.2 (2021): 31-37.
- Sarjono, Bambang. 2013. "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk, Harga, Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang." *Jurnal Orbith*, vol. 9 no. 3 November 2013 : 228-235.
- Taslim, Vina Angelika, and Charisma Ayu Pramuditha. "Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Restoran Magal Korean BBQ House Palembang." *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen* 2.2 (2021): 143-153.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset. Gunawan, Nicholas Francois. "PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA TWO GOOD BAKERY." *Jurnal Mitra Manajemen* 4.12 (2020): 1617-1634.