

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK EAST TOAST DI KOTA SORONG**Oleh :****Febriyanti Valery Toisuta,**

Ekonomi / Manajemen, Universitas Kristen Papua

Email : toisutafebriyanti@gmail.com

Lili Sarce Joi Sapari,**James Kastanya**

Ekonomi / Universitas Kristen Papua

Article Info*Article History :**Received 16 Nov - 2022**Accepted 25 Nov - 2022**Available Online**30 Nov – 2022***Abstract**

The number of consumers in January reached 62 people, while in February it fell to 35 people and then rose again in March with the number of consumers reaching 53 people. The data analysis technique used in this research is simple linear regression. The equation can be interpreted that: (1) The constant value (a) has a positive value of 7,571. a positive sign means that it shows a unidirectional effect between the independent variable variable (X) product quality and the dependent variable variable (Y) buying interest. This shows that the independent variable variable (X) product quality, has not changed (or has a value of 0), then the value of buying interest is 7.571; (2) The value of the simple regression coefficient is 0.347. This value shows a positive influence (straight line) with the dependent variable (variable y, buying interest). This means that if the independent variable variable (X) product quality has increased by 1%, then the dependent variable variable (Y) buying interest has increased by 0.347. Assuming that other variables remain constant, (3) the value of the T test is 4.261 if compared to the value of t table, with a df (degree of freedom) of, $df = n - 1 = 50 - 1 = 49$. Then obtained at t table of 2.00958, it can be determined that $t \text{ count} > t \text{ table}$ ($4.261 > 2.009$) p. this can be interpreted that the hypothesis H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that there is an influence between the independent variable (X) product quality on the dependent variable variable (Y) buying interest.

Keyword :*product quality, buying interest***1. PENDAHULUAN**

Makanan adalah kebutuhan pokok yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia, saat ini berbagai macam makanan kuliner sangat beragam seiring perkembangan zaman, mulai dari makanan berat hingga makanan ringan diproduksi untuk dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Saat ini orang Indonesia cenderung lebih menyukai makanan ringan atau camilan ketimbang makanan berat, pernyataan tersebut didapat dari laporan hasil survei bertajuk *The State of Snacking* (Syaiful Milah, Bisnis.com). Hal tersebutlah yang kemudian membuat banyak pembisnis membuka bisnis kuliner khususnya makanan-makanan ringan atau

camilan. Banyak pelaku bisnis bersaing agar dapat berkembang, mempertahankan serta meningkatkan penjualan produk yang dipasarkan, hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan pelanggan baru serta mempertahankan pelanggannya.

Salah satu makanan ringan yang kini disukai banyak orang adalah roti karena rasanya yang enak serta memiliki banyak varian rasa, juga sangat praktis untuk dibawa kemana-mana. Roti merupakan salah satu produk makanan yang terbuat dari tepung terigu yang diberi ragi lalu dipanggang.

Momen inilah yang kemudian dimanfaatkan pembisnis untuk membuat produk Eat Toast yang berlokasi di Saga

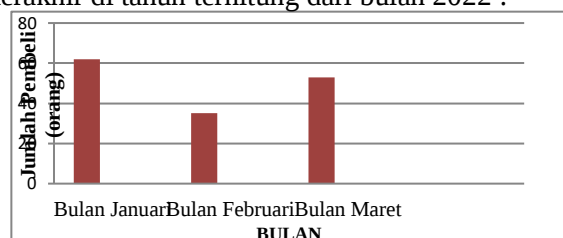
Supermarket Kota Sorong Lantai 1 dengan produknya yaitu roti panggang dengan berbagai isian yang dapat mengenyangkan, cocok untuk orang-orang yang punya waktu sedikit tapi tidak mau ketinggalan sarapan juga tidak mau repot.

Eat Toast pertama kali ada di Saga Supermarket Kota Sorong pada tanggal 04 Februari 2021. Dengan mengusung konsep yang matang, Eat Toast berani bersaing dengan brand Sandwich lainnya.

Sekilas menu-menu yang ada di Eat Toast Saga Supermarket Kota Sorong : (1) *Basic Toast*; Ini adalah perpaduan klasik antara omlette dan keju, sayuran serta saus dan mayonaise ala Eat Toast, cocok buat yang biasanya telat untuk sarapan karena kesibukkan di pagi hari. (2) *Thai Toast*; Perpaduan antara beef, keju, omlette dan sayuran dengan menggunakan saus Thailand. Saus Thailand merupakan penggabungan dari manis, asam, dan pedas. Perpaduan rasa yang unik membuat orang penasaran dengan rasa dari menu yang satu ini; (3) *Chesse & Ham*; Menu yang satu ini merupakan perpaduan antara daging ham, keju, sayuran serta saus keju dan mayonaise ala Eat Toast. Untuk menu yang satu ini di isi dengan daging ham yang memberikan sensasi makan yang berbeda; (4) *BBQ Toast*; Perpaduan yang lebih nikmat antara beef, omlette dan keju, sayuran dibumbui dengan saus BBQ ala Eat Toast. Membuat rasa daging dari BBQ Toast ini semakin nikmat; (5) *Extra 1 dan Extra 2*; Kedua menu ini hampir mirip dengan perpaduan extra dari beef, omlette, keju, sayuran serta saus dan mayonaise ala Eat Toast. Perbedaan Extra 2 dapat double beef yang pastinya lebih mengenyangkan.

Eat Toast Saga Supermarket Kota Sorong menggunakan bahan berkualitas dengan packaging printing kualitas premium. Dengan harga mulai dari Rp 20.000 dengan berbagai varian rasa, pelanggan sudah bisa menikmati Eat Toast yang ada di Saga Supermarket Kota Sorong.

Berikut data pembeli di Eat Toast Saga Supermarket Kota Sorong selama 3 bulan terakhir di tahun terhitung dari bulan 2022 :



Dari data diatas dapat dilihat jumlah konsumen pada bulan Januari mencapai 62 orang, sedangkan pada bulan Februari turun menjadi 35 orang dan kemudian naik kembali pada bulan Maret dengan jumlah konsumen mencapai 53 orang.

Produk Eat Toast ini adalah salah satu dari beberapa produk Eat Toast yang berdiri di Kota Sorong, yang menjual roti panggang dengan varian rasa yang berbeda dari roti panggang pada umumnya. Namun dari hasil observasi, masih terdapat permasalahan yang terjadi, antara lain : (1) Dari segi rasa Eat Toast Saga Supermarket kurang konsisten dengan rasa dari awal berdiri; (2) Roti yang dipanggang kadang terlalu hangus sehingga mengurangi cita rasa dari roti tersebut, ukuran roti yang dipakai pun kadang berbeda-beda (ada yang terlalu tipis dan terlalu tebal). (3) Telur yang digunakan kadang terlalu kecil/tipis sehingga konsumen tidak puas. (4) Sayuran yang digunakan kadang kurang segar sehingga membuat cita rasa dari Eat Toast kurang nikmat.

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PEGEMBANGAN HIPOTESIS

Pengertian Kualitas Produk

"Product quality is one of the marketer's main positioning tools. Quality has a direct impact on product or service performance ; thus, it is closely linked to customer value and satisfaction". Artinya Kualitas produk adalah salah satu alat pemosisian utama pemasar. Kualitas berdampak langsung pada kinerja produk atau layanan; dengan demikian, ini terkait erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan (Kotler dan Keller , 2018 dalam Anisa Nurul Ananda, Nuslih Jamiat 2021)

Produk yang memiliki kualitas baik akan memberikan efek positif untuk konsumen dan perusahaan, dimana tingkat kepuasan yang maksimal akan didapatkan oleh konsumen atas produk yang dibelinya dan volume penjualan akan mengalami peningkatan bagi perusahaan (Nasution, T.I.S., Kurniawati, 2018 dalam Lavenia Putri Mareta dan Tri Kurniawan, 2021)

Indikator Kualitas Produk

Indicator kualitas produl (Laksamana, 2018 dalam Tahar Rachman), yaitu : (1) *Perceived Quality* (kualitas yang dirasakan) bersifat subyektif berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengkonsumsi produk; (2) *Aesthetic* (estetika) merupakan karakteristik yang bersifat

subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan referensi atau pilihan individual. Dengan demikian estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan dengan perasaan pribadi dan mencakup karakteristik tertentu; (3) *Service Ability* (kemampuan pelayanan) merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, keramahan/kesopanan, kompetensi, kemudahan serta akurasi dalam perbaikan; (4) *Durability* (Daya tahan) merupakan ukuran masa pakai suatu produk, karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan produk itu; (5) *Reliability* (Kehandalan) berkaitan dengan tingkat probabilitas atau periode waktu tertentu, dengan demikian kehandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan atau probabilitas tingkat keberhasilan dalam penggunaan produk ini; (6) *Perfomance* (Performansi) berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk, yaitu meliputi *Faster* (lebih cepat) berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau bagaimana untuk memperoleh produk ini, dan aspek *Cheaper* (lebih murah) berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan harga atau ongkos dari suatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan; (7) *Feature* (keistimewaan tambahan) merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya; (8) *Conformance* (konformasi) berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan, konformasi merefleksikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik operasi memenuhstandar yang telah ditetapkan, serta sering didefinisikan sebagai konformasi terhadap kebutuhan (*Comformance to Requirements*)

Pengertian Minat Beli

Minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai dampak dari suatu proses pengamatan dan pembelajaran konsumen terhadap suatu produk. Konsumen yang mempunyai minat untuk membeli suatu produk menunjukkan adanya perhatian dan rasa senang terhadap produk yang kemudian diikuti dengan realisasi yang berupa perilaku membeli

(Muchlisin Riad, 2022). Minat seseorang dalam membeli dapat dipengaruhi oleh faktor emosi, semakin senang dan puas seseorang terhadap barang atau jasa maka minat belinya semakin tinggi (Farisi, Saroh & Hardati, 2020 dalam Mutiag Shafitri, 2021)

Indikator Minat Beli

Indikator minat beli, Purnamasari, 2018 dalam Netry Nanda, et al (2019)), sebagai berikut : (a) Minat Transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsi; (b) Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya; (c) Minat Mereferensikan, merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu; (d) Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya; (e) Minat Eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang dilagukannya.

Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan konsep teori diatas serta pengamatan lapangan, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₀ : Kualitas produk tidak terdapat pengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk Eat Toast di Kota Sorong

H_a : Kualitas produk terdapat pengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk Eat Toast di Kota Sorong.

3. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu Kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang dilandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019) Dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana untuk menguji pengaruh masing-masing variabel. Teknik ini juga digunakan peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada produk Eat Toast di Saga Supermarket Kota Sorong. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X), sedangkan yang menjadi variabel terikatnya yaitu Minat Beli (Y) produk Eat Toast di Saga Supermarket Kota Sorong.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen Eat Toast Saga Supermarket Kota Sorong pada bulan Januari-Maret tahun 2022 dengan jumlah populasi sebesar 150 orang. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel bagi peneliti yaitu konsumen Eat Toast Saga Supermarket Kota Sorong sebanyak 60 (dengan menggunakan rumus slovin)

Pengukuran Variabel

Variabel (X), Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang berpengaruh atas timbulnya variabel terikat (*dependen*) (Sugiyono, 2019 dalam *Health Sciences*). Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah Kualitas Produk. Terdapat beberapa indikator dalam variabel ini yaitu : (a) *Perceived Quality* (Kualitas yang dirasakan); (b) *Asthetic* (Estetika); (c) *Service Ability* (Kemampuan Pelayanan); (d) *Durability* (Daya tahan); (e) *Reliability* (Kehandalan); (f) *Feature* (Keistimewaan Tambahan); (g) *Conformance* (Konformasi); (h) *Performance* (Performansi)

Variabel (Y), Variabel terikat (*dependen*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (*independen*) (Sugiyono, 2019). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat beli. Terdapat beberapa indikator yang digunakan, yaitu : (a) Minat Beli Transaksional; (b) Minat Beli Referensial; (c) Minat Beli Mereferensikan; (d) Minat Beli Preferensial; (e) Minat Beli Eksploratif

Pengukuran Variabel

Terkait dengan pengukuran variabel, pada penelitian ini mengukur variabel yang ada digunakan skala Likert guna melihat

bobot, Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Likert merupakan suatu skala yang dapat digunakan dalam kuisioner, angket yang bersifat survei deskriptif kuantitatif (Sugiyono, 2019)

Skala penilaian dari setiap pertanyaan yang di distribusikan ke para responden sebagai berikut :

Uraian Skala	Keterangan Skala (Nilai)
Sangat Setuju (ST)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Teknik Analisa Data

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *regresi linier sederhana*. Sebelum melakukan analisis regresi linier sederhana maka terlebih dahulu melakukan Uji Validitas dan Uji Reliabilitas terhadap kuisioner dengan menggunakan software SPSS 25.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas, digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018); Uji Reliabilitas; Uji Reliabilitas, digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2018)

Analisis Regresi Linier Sederhana

Regresi sederhana adalah model probalistik yang menyatakan hubungan linear antara dua variabel di mana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel yang lain. Variabel yang mempengaruhi dinamakan variabel independen (bebas) dan variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen

(terikat) (Suyono, 2018). Persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X$$

Dimana :

Y = Kinerja Karyawan

α = Nilai Konstanta

X = Kualitas Produk

β = Koefisien Regresi Variabel X

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial); Uji T-test adalah salah satu metode pengujian dari uji statistik parametrik. Uji statistik T adalah suatu uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependent, pengujian statistik T atau T-test ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 (X=5%) Riana Magdalena dan Maria Angela Krisanti (2019)

Penerimaan atau penolakan uji hipotesis ini dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika T hitungan > T tabel, dan sig < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.
- Jika t hitungan < T tabel, dan sig > 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.
- Taraf signifikan = 5%
- Derajat kebebasan (df) = n-2

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Dalam Uji Validitas ini pengujian menggunakan aplikasi SPSS 25. Terdapat beberapa syarat pengambilan keputusan, dimana jika nilai dari Sig. bernilai lebih kecil atau < 0.05 dan r hitung > r table maka data yang digunakan dianggap valid.

Variabel Kualitas Produk (x)

No	Variabel X	r-tabel	r-hitung	Ket
1.	Pertanyaan 1	0,254	0,585	valid
2.	Pertanyaan 2	0,254	0,729	valid
3.	Pertanyaan 3	0,254	0,783	valid
4.	Pertanyaan 4	0,254	0,766	valid
5.	Pertanyaan 5	0,254	0,632	valid
6.	Pertanyaan 6	0,254	0,562	valid
7.	Pertanyaan 7	0,254	0,654	valid
8.	Pertanyaan 8	0,254	0,543	valid

Variabel Minat Beli (y)

No	Variabel Y	r-tabel	r-hitung	Ket
1.	Pertanyaan 1	0,254	0,675	Valid
2.	Pertanyaan 2	0,254	0,827	Valid
3.	Pertanyaan 3	0,254	0,631	Valid
4.	Pertanyaan 4	0,254	0,713	Valid
5.	Pertanyaan 5	0,254	0,862	Valid

Berdasarkan hasil olah data pada SPSS didapatkan bahwa seluruh indikator yang digunakan pada variabel Kualitas Produk (X) dan Minat Beli (Y) memiliki nilai Sig. (Signifikansi) dibawah atau < 0.05 dan nilai r-hitung > t-tabel yang berarti seluruh indikator variabel Kualitas Produk dan Minat Beli dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dalam uji Reliabilitas ini pengujian menggunakan aplikasi SPSS 25. Terdapat beberapa syarat pengambilan keputusan, dimana jika nilai Cronbach's Alpha > 0.06 maka data yang digunakan dapat dikatakan reliabel.

Variabel Kualitas Produk dan Minat Beli

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	Variabel
.797	Kualitas Produk
.791	Minat Beli

Berdasarkan Tabel diatas didapatkan bahwa seluruh nilai Cronbach's Alpha dari 5 indikator variabel Kualitas Produk memiliki nilai lebih besar atau > 0.06 maka dapat dikatakan bahwa seluruh indikator variabel Kualitas Produk dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
		Beta				
1	(Constant)	7.571	2.208		3.429	.001
	Kualitas Produk	.347	.081	.492	4.261	.000
a. Dependent Variabel : Minat Beli						
b. Predictors (Constant) : Kualitas Produk						

Berdasarkan hasil diatas, diperoleh persamaan regresi linier yaitu : $Y = 7.571 + 0.347 X$, dimana nilai a adalah konstanta dan nilai b adalah koefisien regresi. Maka persamaan tersebut dapat diartikan bahwa : (a) Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 7.571. tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent (variabel X, kualitas produk) dan variabel dependent (variabel Y, minat beli). Hal

ini menunjukkan bahwa variabel independen (variabel X, kualitas produk), tidak mengalami perubahan (atau bernilai 0), maka nilai minat beli adalah 7.571; (b) Nilai koefisien regresi sederhana sebesar 0,347. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif (berbanding lurus) dengan variabel dependen (variabel Y, minat beli). Hal ini berarti jika variabel independen (variabel X, kualitas produk) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel dependen (variabel Y, minat beli) mengalami kenaikan sebesar 0,347. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap konstan.

Uji T

Dalam uji T peneliti gunakan untuk mengetahui secara parsial apakah variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Beli. Dengan syarat pengambilan keputusan jika nilai Sig. (Signifikansi) memiliki nilai lebih kecil atau < 0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Berikut hasil uji T

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.429	.001
	Kualitas Produk	4.261	.000
a. Dependent Variable : Minat Beli			
b. Predictors (Constant) : Kualitas Produk			

Berdasarkan hasil uji T, dapat ditentukan pengaruh atau tidak pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Adapun pengambilan keputusan berdasarkan perbandingan nilai T hitung dan T tabel, sebagai berikut : (1) Jika nilai T hitung $< T$ tabel maka H_0 diterima dan H_a di tolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel independen variabel (X) kualitas produk terhadap variabel dependen variabel (Y) minat beli; (2) Jika nilai T hitung $> T$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a di terima, yang berarti ada pengaruh antara variabel independen variabel (X) kualitas produk terhadap variabel dependen variabel (Y) minat beli

Setelah dilakukan uji SPSS maka diperoleh hasil bahwa nilai uji T sebesar 4.261 jika dibandingkan dengan nilai T tabel, dengan df (degree of freedom) sebesar, $df = n - 1 = 50 - 1 = 49$. Maka diperoleh pada t tabel sebesar 2.00958, maka dapat ditentukan bahwa T hitung $> T$ tabel ($4.261 > 2.009$) hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh antara independen variabel (X) kualitas produk

terhadap variabel dependen variabel (Y) minat beli.

Berdasarkan analisis data diatas data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Hal tersebut dilihat dari hasil uji r tabel $< r$ hitung, serta nilai Cronbach alfa yang lebih besar dari 0,60 sehingga data yang digunakan juga reliabel. Kemudian untuk Analisis Regresi Linier Sederhana diperoleh persamaan : $Y = 7.571 + 0.347 X$, persamaan tersebut memberikan arti bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif hal ini berarti jika variabel independen variabel (X) kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel dependen variabel (Y) minat beli mengalami kenaikan sebesar 0,347. Selanjutnya dilakukan uji T (Parsial) untuk mengetahui apakah pengaruh yang diberikan Analisis Regresi Linier Sederhana tersebut signifikan. Berdasarkan hasil analisis didapatkan nilai Sig. (Signifikan) $0.000 < 0.05$ dan t hitung $4.261 > 2.009$ maka hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh antara independen variabel (X) kualitas produk terhadap variabel dependen variabel (Y) minat beli.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Regresi linier sederhana; Hasil regresi linier sederhana menunjukkan persamaan $Y = 7.571 + 0.347 X$, dimana nilai a adalah konstanta dan nilai b adalah koefisien regresi. Persamaan tersebut memberikan arti bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif, dengan kata lain jika nilai dari variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel minat beli mengalami kenaikan sebesar 0,347; (2) Uji T; Nilai uji T sebesar 4.261 jika dibandingkan dengan nilai t tabel, dengan df (degree of freedom) sebesar, $df = n - 1 = 50 - 1 = 49$. Maka diperoleh pada t tabel sebesar 2.00958, maka dapat ditentukan bahwa t hitung $> t$ tabel ($4.261 > 2.009$) hal ini dapat diartikan bahwa hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh antara independen (variabel x, kualitas produk) terhadap variabel dependen (variabel y, minat beli).

6. REFERENSI

Ananda, Anisa Nurul, Nuslih Jamiat, and Universitas Telkom. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP

- MINAT BELI ULANG NATURE REPUBLIC THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE INTEREST IN" 8, no. 2 (2021): 1440–1449.
- Basuki, Kustiadi. "Penelitian Terhadap Hotel Sukajadi Bandung." ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta 53, no. 9 (2019): 1689–1699.
- Denia, Arvina. "Strategi Public Relations PT Sinar Surya Sehati Dalam Eksternal Relations," no. 2504 (2019): 1–9.
- Ghozali. "Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian*, no. 9 (2018): 22–34.
- Magdalena, Riana, and Maria Angela Krisanti. "Analisis Penyebab Dan Solusi Rekonsiliasi Finished Goods Menggunakan Hipotesis Statistik Dengan Metode Pengujian Independent Sample T-Test Di PT.Merck, Tbk." *Jurnal Tekno* 16, no. 2 (2019): 35–48.
- Mareta, Lavenia Putri, and Tri Kurniawati. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap Minat Beli Ulang Shampo Rejoice" 3, no. 3 (2020): 400–409.
- Milah, Syaiful. "Survei : Orang Indonesia Lebih Banyak Makan Camilan Ketimbang Makan Berat." *Bisnis.Com*.
- Muchlisin Riadi. "Aspek, Jenis, Tahapan Dan Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli." *Kajianpustaka.Com*.
- Nanda, Retry, Tiara Dewi, Fakultas Ekonomi, and Universitas Muhammadiyah Ponorogo. "PENGARUH KUALITAS PRODUK , CITRA MEREK DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MELALUI MINAT BELI" 7 (2019): 409–423.
- Ningtyas, MN. "Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian* (20014): 32–41.
- Rachman, Tahar. "Bab II LANDASAN TEORI." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (2018): 10–27.
- . "BAB III METODE PENELITIAN." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (2018): 10–27.
- . "BAB III METODOLOGI PENELITIAN." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., no. 28 (2018): 10–27.
- Saptutyingsih dan Setyaningrum. "Metode Penelitian" (2019): 1–9.
- Sciences, Health. "BAB III Metode Penelitian" 4, no. 1 (2016): 1–23.
- . "BAB III METODE PENELITIAN" 4, no. 1 (2016): 1–23.
- Shafitri, Muthia. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo" 2 (2021): 201–212.
- Tanzeh, Ahmad, and Suharsimi Arikunto. "Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian*, no. 43 (2020): 22–34.
- Tiara Dewi, Muhammad Amir Masruhim, Riski Sulistiarini. "Indikator Nilai Perusahaan." *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, no. April (2016): 5–24.