

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ROTI BABI DI QUEEN ROTI LILIBA**

Pada dasarnya minat beli merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Hasan (2013) menyatakan minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan guna berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, di beli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, Kotler dan Armstrong (2014). Harga merupakan suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberi nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Harga menurut Suparyanto dan Rosad (2015-141) mengatakan bahwa harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.

Berdasarkan penjelasan diatas tersebut maka dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat

beli roti babi di queen roti liliba. Dalam penelitian ini metode yang peneliti gunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengambilan teknik pengambilan sampel atau biasa disebut dengan sampling adalah proses menyeleksi sejumlah elemen dari populasi yang diteliti untuk dijadikan sampel. Sehingga diperoleh sampel sebanyak 96 orang konsumen/pelanggan yang beli roti babi di queen roti liliba. Teknik analisis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli, peneliti menggunakan Uji Analisis Regresi Linear Berganda, Uji Parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji F) dan Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli roti babi di queen roti liliba dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli roti babi di queen roti liliba. Sedangkan secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli roti babi di queen roti liliba. Hal ini dibuktikan dengan perolehan hasil pengujian didapati hasil analisis regresi linear berganda dengan nilai konstan a sebesar 2.699 sedangkan koefisien regresi  $b^1 = 0.302$ ,  $b^2$  adalah 0.355. Dengan demikian persamaan regresi linear berganda yang memperlihatkan pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) terhadap minat beli ( $Y$ ) adalah sebagai berikut :  $Y = 2.699 + 0,302 X_1 + 0,355 X_2 + e$ . Selain itu hasil Uji hipotesis pertama yaitu ada pengaruh pengetahuan kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap minat beli ( $Y$ ). Diketahui bahwa untuk variabel kualitas produk ( $X_1$ ) ditemukan  $t$  hitung = 3.036 lebih besar  $t$  table = 1,985 dan tingkat Sig. = 0,003. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka  $H_0$  ( $b_1 = 0$ ) ditolak dan  $H_a$  ( $b_1 \neq 0$ ) diterima

yaitu variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif secara parsial terhadap minat beli.

Berikutnya hasil Uji hipotesis kedua yaitu ada pengaruh harga (X2) terhadap minat beli (Y). Diketahui bahwa untuk variabel harga (X2) ditemukan  $t_{hitung} = 5.595$  lebih besar  $t_{table} = 1,985$  dan tingkat Sig. = 0,001. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka  $H_0 (b_1 = 0)$  ditolak dan  $H_a (b_1 \neq 0)$  diterima yaitu variabel harga (X2) berpengaruh positif secara parsial terhadap minat beli (Y). Untuk hasil pengujian Uji F didapatkan  $F_{hitung} = 89.902$  lebih besar  $F_{tabel} = 3,09$  dan tingkat Sig. = 0,001. Oleh karena nilai sig. < 0,05 maka  $H_0 (b_1 = 0)$  ditolak dan  $H_a (b_1 \neq 0)$  diterima yaitu variabel kualitas produk dan variabel harga (X2) berpengaruh positif secara simultan terhadap minat beli (Y). Dan terakhir berdasarkan perolehan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) di atas dapat diketahui besarnya koefisien determinasi  $R^2$  adalah 0.659 atau 65,9%. Hal ini berarti besarnya pengaruh pengetahuan kewirausahaan dan motivasi terhadap minat beli adalah 65,9%. Sedangkan pengaruh sebesar 34,1% disebabkan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Minat Beli**