

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA PRODUK BERAS PERUM BULOG

Lalu Moh. Syarifuddin ¹⁾, Rairake Setyawan ²⁾

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

lalu1900011328@webmail.uad.ac.id

Abstract: *This research aims to determine and analyze product quality and price as determinants of purchase interest (case study at Perum Bulog East Lombok branch office). The population in this research is consumers who have purchased rice products from Perum Bulog, East Lombok branch office. The samples in this research were several people who were consumers of rice products at Perum Bulog East Lombok branch office with a sample of 95 people. The data collection technique in this research uses a questionnaire and uses quantitative data types. The sampling technique in this research uses a non-probability sampling technique and is supported by a purposive sampling method. The results of this research show that product quality has a positive and significant effect on buying interest, price has a positive and significant effect on buying interest, and product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on buying interest. From the output results above, the R Square analysis can be seen that the value is 0.979. This means that the ability of the Product Quality, Price, variables in explaining Purchase Interest is 97.9% while the remaining 2.1% (100% -97.9%) is explained by other variables that are not in this research.*

Keywords: *Product Quality, Price and Buying Interest.*

Abstrak: Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas produk dan harga sebagai determinan minat beli (studi kasus pada perum bulog kantor cabang Lombok timur). Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli produk beras perum bulog kantor cabang Lombok timur. Sampel dalam penelitian ini yaitu beberapa orang yang menjadi konsumen produk beras perum bulog kantor cabang Lombok timur dengan sampel sebanyak 95 orang. Teknik Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan menggunakan jenis data kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dan didukung oleh metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dari hasil output diatas, analisis *R Square* dapat diketahui nilainya adalah 0.979 hal ini berarti kemampuan variabel Kualitas Produk, Harga, dalam menjelaskan Minat Beli adalah 97,9% sementara sisanya sebesar 2,1% (100% -97,9%) dijelaskan oleh variabel lainya yang tidak ada didalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli.

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari seorang manusia sangat terikat dengan kebutuhan pangan untuk bertahan hidup. Ada beberapa jenis kebutuhan pangan di Indonesia diantaranya beras, kedelai, jagung, dan ubi, itu semua merupakan kebutuhan pokok pangan dan yang ada di negara kita Indonesia.

Kebutuhan pangan merupakan hak yang harus dipenuhi oleh pemerintah untuk setiap masyarakat melalui Undang-Undang nomor 18 tahun 2012 tentang pangan, disebutkan dalam UU tersebut bahwa Ketahanan Pangan adalah “kondisi terpenuhinya Pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan”.

Beras merupakan salah satu di antara kebutuhan pokok yang paling mendasar bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia yang harus dipenuhi setiap hari. Untuk sebagian besar masyarakat Indonesia beras sudah menjadi kebutuhan primer yang harus selalu ada setiap saat di rumah.

adapun perusahaan produsen beras yang berdiri dibawah naungan BUMN yang ikut ambil bagian dalam mencukupi kebutuhan beras di negara

kita Indonesia yaitu “perusahaan umum badan urusan logistik” atau biasa dikenal dengan sebutan PERUM BULOG.

PERUM BULOG merupakan BUMN yang bergerak dibidang logistik pangan. Ruang lingkup bisnis perusahaan meliputi usaha logistik / pergudangan, survei dan pemberantasan hama, penyediaan karung plastik, usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usaha angkutan, perdagangan komoditi pangan dan usaha eceran.

Dalam bisnis, persaingan yang sangat ketat selalu mejadi tantangan tersendiri bagi para pelaku bisnis. Setiap pelaku bisnis pasti memiliki strategi untuk memenangkan setiap persaingan dengan lawan bisnisnya agar produk mereka selalu menjadi nomor satu dimata konsumen.

Strategi yang harus dilakukan yaitu dengan cara menjaga setiap kualitas dari produk mereka dan memberikan harga terbaik untuk setiap produk mereka agar bisa merebut minat beli para pelanggan dari pesaing mereka sehingga bisa meningkatkan jumlah penjualan.

Solikha dan Suprpta (2020) dalam (Azra 2023) menyatakan bahwa, harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk menambahkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Selanjutnya kualitas merupakan bagian terpenting bagi para konsumen dan biasanya akan dikaitkan dengan keutamaan fungsi dari sebuah produk. Kotler (2014) dalam (Ahsan 2021) berpendapat bahwa kualitas merupakan suatu produk dan jasa tanpa adanya kekurangan sedikitpun nilai suatu produk dan jasa guna menghasilkan produk dan jasa sesuai harapan tinggi dari pelanggan.

Menurut Pramono (2012: 136) dalam (Arianto and Difa 2020) Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Beli

Menurut Pramono (2012: 136), dalam (Arianto and Difa 2020) Minat beli konsumen adalah tahap dimana konsumen membentuk pilihan mereka diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui

konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan menurunkan minat beli konsumen.

Indikator Minat Beli Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:470) dalam (Arianto and Difa 2020) komponen komponen indikator minat beli yakni:

- a) Tertarik pada informasi mengenai produk
- b) Mempertimbangkan untuk membeli
- c) Tertarik untuk mencoba
- d) Ingin mengetahui produk

Indikator Minat Beli menurut Tjiptono (2007) dalam (Aptaguna and Pitaloka 2019) yaitu:

- a) Minat prefensial
- b) Minat eksploratif

Kualitas Produk

Kotler dan Amstrong (2010:273) dalam (Sumaa, Soegoto, and Samadi 2021) mendefinisikan kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas Produk Menurut (Alma, 2016) dalam (Irawan 2020) kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa dari pemasaran, rekayasa, pembuatan dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa yang digunakan memenuhi

harapan pelanggan.

Mullins, Orville. Larreche, dan Boyd (2008 : 19) dalam (Kumrotin and Susanti 2021) berpendapat dalam menjaga keunggulan persaingan dalam pasar, seorang penyedia jasa atau produk harus mengetahui faktor penentu dari suatu kualitas produk. Kualitas produk terdiri dari indikator :

- a. *Performance* (kinerja)
- b. *Durability* (daya tahan)
- c. *Comformance to specifications* (keseuaian dengan spesifikasi)
- d. *Features* (fitur)
- e. *Reliability* (reliabilitas)
- f. *Aesthetics* (estetika)
- g. *Perceived quality* (kesan kualitas)

Harga

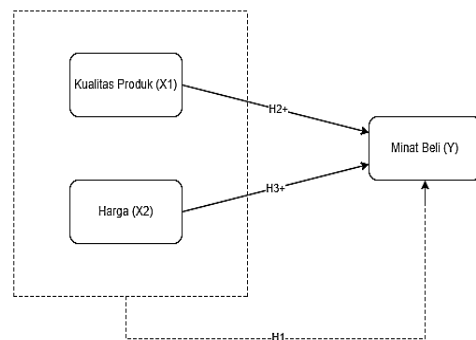
Harga menurut Tjiptono (2014) dalam (Bakti, Hairuddin, and Septijantini 2020) yaitu sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan dan keinginan tertentu

Menurut Kotler (2007) dalam (Aptaguna and Pitaloka 2019) harga merupakan sejumlah uang yang di bebaskan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah

kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Indikator yang mencirikan harga menurut Kotler (2007) yaitu :

- a. Keterjangkauan harga
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c. Daya saing harga dalam pasar
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat
- e. Harga mempengaruhi daya beli konsumen
- f. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.



Gambar 2. 1 Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Populasi yang akan diuji dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang berada di kabupaten Lombok Timur.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan *non probability sampling* di mana sampel diambil secara terbatas pada jenis orang tertentu yang mampu memberikan informasi yang

diinginkan atau memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti, Dengan jenis Teknik Sampling menggunakan *purposive sampling*. Teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Sampel dalam penelitian ini adalah Sebagian Masyarakat yang berada di Lombok Timur. Dalam penentuan jumlah minimal sampel penelitian ini menggunakan rumus menurut Hair *et al* (2014) yaitu: Jumlah minimal sampe = Jumlah indikator X Skala 5-10 = 19 X 5 = 95

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Sugiyono (2019) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti. Data yang dibuat untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang ditangani. Data primer yang diperoleh dari menyebar kuesioner kepada responden.

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden. Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien. Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut Sugiyono (2019) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat atau persepsi

seseorang tentang fenomena sosial. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan 5 (lima) alternatif jawaban yaitu:

Jawaban	Kode	Nilai
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

A. Teknik Analisis Data

1.) Analisis regresi Linear Berganda

Analisis regresi yang variabel bebasnya terdiri dari dua atau lebih, regresinya disebut juga regresi berganda. Variabel bebas dalam penelitian ini dua variabel, maka regresi dalam penelitian ini disebut regresi berganda. Regresi berganda adalah model regresi atau prediksi yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor. Variabel bebas di dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan variabel terikatnya Minat Beli (Y). Untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel, maka dapat dilakukan perhitungan data melalui persamaan linear berganda dengan menggunakan SPSS Versi 29. dapat juga diketahui hasil persamaan regresi sebagai hasil yang dapat dijelaskan dari persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,282 + 0.502X1 + 0.489X2 + e$$

Persamaan regresi tersebut setiap nilai dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. $a = 0,282$ merupakan nilai konstanta, jika nilai variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) sama dengan 0, maka nilai variabel Minat Beli adalah sebesar 0,282
- b. $\beta_1 =$ koefisien regresi variabel Kualitas Produk sebesar 0.502 bernilai positif dan adanya hubungan positif antara Kualitas Produk dengan Minat Beli. Artinya, jika variabel Kualitas Produk naik satu satuan, maka Minat Beli meningkat sebesar 0,502
- c. $\beta_2 =$ koefisien regresi variabel Harga sebesar 0.489 bernilai positif dan adanya hubungan positif antara Harga dengan Minat Beli. Artinya, jika variabel Harga naik satu satuan, maka Minat Beli meningkat sebesar 0.489

2.) Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2018) Uji F adalah untuk mengetahui apakah uji variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara simultan. Ketentuan untuk uji F yaitu:

- a) Nilai signifikan $F > 0,05$, artinya bahwa variabel

independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

- b) Nilai signifikan $F < 0,05$, artinya bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen

3.) Uji Parsial (Uji T)

Menurut Ghozali (2018) uji T digunakan untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (masing-masing). Uji T dalam penelitian ini dapat dihitung dengan cara membandingkan nilai statistik t dengan nilai t menurut table. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika signifikan $t > 0,05$, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika signifikan $t < 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen.

4.) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menguji goodness-fit dari model regresi dengan tujuan untuk mengukur variabel independen yang menjelaskan variasi variabel dependen secara uji T maupun Uji F. Nilai koefisien determinasi (R^2)

yaitu antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil artinya bahwa kemampuan variabel-variabel independen yang dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Namun ketika nilainya mendekati satu, maka berarti variabel-variabel independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

B. Uji Instrumen

1.) Uji Validitas

Uji validitas adalah metode untuk menentukan apakah data yang dikumpulkan dari subyek penelitian dapat dijadikan acuan dalam penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu variabel dalam kuisioner.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Kualitas produk	X1.1	0,916	0,201	VALID
	X1.2	0,896	0,201	VALID
	X1.3	0,911	0,201	VALID
	X1.4	0,910	0,201	VALID
	X1.5	0,905	0,201	VALID
	X1.6	0,922	0,201	VALID
	X1.7	0,908	0,201	VALID
	X1.8	0,924	0,201	VALID
	X1.9	0,907	0,201	VALID

Harga	X1.10	0,912	0,201	VALID
	X1.11	0,918	0,201	VALID
	X1.12	0,919	0,201	VALID
	X1.13	0,916	0,201	VALID
	X1.14	0,922	0,201	VALID
	X2.1	0,915	0,201	VALID
	X2.2	0,898	0,201	VALID
	X2.3	0,909	0,201	VALID
	X2.4	0,883	0,201	VALID
	X2.5	0,911	0,201	VALID
	X2.6	0,917	0,201	VALID
	X2.7	0,915	0,201	VALID
Minat Beli	X2.8	0,899	0,201	VALID
	X2.9	0,916	0,201	VALID
	X2.10	0,900	0,201	VALID
	X2.11	0,910	0,201	VALID
	X2.12	0,911	0,201	VALID
	Y1.1	0,914	0,201	VALID
	Y1.2	0,912	0,201	VALID
	Y1.3	0,919	0,201	VALID
	Y1.4	0,911	0,201	VALID
Y1.5	0,913	0,201	VALID	
Y1.6	0,915	0,201	VALID	
Y1.7	0,919	0,201	VALID	
Y1.8	0,913	0,201	VALID	
Y1.9	0,899	0,201	VALID	

	Y1.10	0,918	0,201	VALID
	Y1.11	0,914	0,201	VALID
	Y1.12	0,910	0,201	VALID

C. Analisis Data

2.) Uji Reliabilitas

Data bisa dikatakan reliabel jika nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,6. Berikut adalah data dari hasil perhitungan reliabilitas tiap-tiap variabel dalam penelitian ini dengan menggunakan Cronbach alpha.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,984	0,6	Reliabel
Harga	0,980	0,6	Reliabel
Minat Beli	0,828	0,6	Reliabel

3.) Regresi Linear Berganda

Tabel 4.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B
(Constant)	0,282
Kualitas Produk	0,502
Harga	0,489

Sumber: Data Diolah (2024)

Dari tabel diatas dapat juga

diketahui hasil persamaan regresi sebagai hasil yang dapat dijelaskan dari persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,282 + 0.502X_1 + 0.489X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut setiap nilai dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a = 0,282 merupakan nilai konstanta, jika nilai variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) sama dengan 0, maka nilai variabel Minat Beli adalah sebesar 0,282
- β_1 = koefisien regresi variabel Kualitas Produk sebesar 0.502 bernilai positif dan adanya hubungan positif antara Kualitas Produk dengan Minat Beli. Artinya, jika variabel Kualitas Produk naik satu satuan, maka Minat Beli meningkat sebesar 0,502
- β_2 = koefisien regresi variabel Harga sebesar 0.489 bernilai positif dan adanya hubungan positif antara Harga dengan Minat Beli. Artinya, jika variabel Harga naik satu satuan, maka Minat Beli meningkat sebesar 0.489.

4.) Uji Simultan (Uji F)

Uji hipotesis F secara bersama-sama yaitu bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap pengaruh variabel dependen secara

bersamaan. Apabila nilai signifikan alpha sebesar < 0.05 maka hipotesis variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (diterima), jika tingkat signifikan > 0.05 maka hipotesis ditolak (Sugiyono and Lestari 2021)ⁱ.

Tabel 4.4 Hasil Uji F

Model	F	Sig	Keterangan
Regression	2104.873	0.000 ^b	H3 Diterima

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan data hasil uji F yang diolah pada tabel diatas diketahui bahwa nilai hitung sebesar 2104,873 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Nilai signifikansi F hitung sebesar 0.000 < 0.05 , maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima atau secara bersama-sama Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

5.) Uji Persial (Uji T)

Uji signifikansi hipotesis persial atau individual digunakan untuk mengetahui seberapa besar signifikansi variabel independen terhadap dependen secara persial (Ghozali, 2018). Hasil pengujian dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Persial (T)

Variabel	T hitung	Sig	Keterangan
Constant	0.446	0.657	

Kualitas Produk (X1)	5.726	0.000	H1 Diterima
Harga (X2)	5.420	0.000	H2 Diterima

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan data tabel diatas dari hasil uji persial maka hasilnya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kualitas Produk (X1)

Hipotesis yang diajukan adalah variabel Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS versi 29 untuk Kualitas Produk diperoleh nilai tingkat signifikansi sebesar 0.000 dan nilai t sebesar 5.726. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0.05 maka nilai tingkat signifikansi sebesar 0.000 < 0.05 dengan demikian:

H1: diterima artinya Kualitas Produk (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli (Y) pada produk beras perum bulog kancab lotim.

b. Harga (X2)

Hipotesis yang diajukan adalah variabel Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y). Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS versi 29 untuk Harga diperoleh nilai tingkat signifikan sebesar 0.000 dan nilai t sebesar 5.420. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0.05 maka nilai

tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ dengan demikian:

H2: diterima artinya Harga (X2) berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli (Y) pada produk beras perum bulog kancab lotim.

6.) Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa kuat variabel Kualitas Produk, dan Harga dalam menggambarkan variabel Minat Beli dari konsumen atau responden, maka dapat dilihat di tabel model summary dibawah ini.

Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.989	0.979	0.978	1.55230

Sumber: Data Diolah (2024)

Dari hasil output diatas, analisis *R Square* dapat diketahui nilainya adalah 0.979 hal ini berarti kemampuan variabel Kualitas Produk, Harga, dalam menjelaskan Minat Beli adalah 97,9% sementara sisanya sebesar 2,1% (100% - 97,9%) dijelaskan oleh variabel lainya yang tidak ada didalam penelitian ini.

Pembahasan

a. Pengaruh Simultan Kualitas Produk, Harga terhadap Minat Beli.

Berdasarkan hasil uji F nilai F hitung sebesar 2104.873 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Nilai signifikansi F hitung sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan secara bersama-sama Kualitas Produk, dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat Beli pada produk beras perum bulog kancab lotim. Dari kedua variabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk (X1), dan Harga (X2), berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Beli.

b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima yakni Kualitas Produk (X1) secara persial atau nilai t adalah 5,726 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 maka nilai signifikansi $< 0,05$ dan dinyatakan positif terhadap Minat Beli (Y). Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.10 dimana hipotesis peratama (H1) diterima artinya Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Minat Beli pada produk beras perum bulog kancab lotim.

c. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima yakni harga (X2) secara persial atau nilai t adalah 5.420 dengan nilai signifikansi 0.000, maka nilai signifikansi < 0.05 dan

dinyatakan positif terhadap loyalitas pelanggan (Y).

PENUTUP

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian mengenai Kualitas Produk dan Harga Sebagai Anteseden Dari Minat Beli Pada produk beras perum bulog kancab lotim, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) pada produk beras perum bulog kancab lotim, sehingga Hipotesis ketiga (H3) dapat diterima.
2. Kualitas Produk (X1), berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Beli, sehingga Hipotesis pertama (H1) yaitu Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) pada produk beras perum bulog kancab lotim diterima.
3. Harga (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Beli, sehingga Hipotesis kedua (H2) yaitu Harga (X2) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) pada produk beras perum bulog kancab lotim diterima.

b. Saran

1. Bagi Perum Bulog Kancab Lotim.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk, dan Harga positif dan signifikan terhadap Minat Beli supaya pembelian

pelanggan semakin meningkat, sebisa mungkin perum bulog kancab lotim diharapkan dapat mempertahankan Kualitas Produk dan Harga agar tetap terjaga dan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi dari sebelumnya.

2. Bagi Penulis Selanjutnya.

Penelitian selanjutnya dapat diharapkan untuk menambah variabel lain seperti Citra merek, Kualitas Pelayanan serta menguji model penelitian ini pada konteks responden yang berbeda dan hasil pengujian koefisien determinasi R Square yang diperoleh sebesar 97,9% sedangkan sisanya 2,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, maka ini akan menjadi dasar untuk peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya hendaknya lebih fokus dan hati-hati dalam menyusun serta menyebar kuesioner sehingga kuesioner yang disebar benar-benar diisi oleh objek penelitian yang dituju secara teliti dan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

DAFTAR PUSTAKA

Ahsan, 2021. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga

- Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yakult.” /6227.
- Aptaguna, A, and E Pitaloka. 2019. “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek.” *1Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, anggaaptaguna@gmail.com*
 2Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya, oka@upj.ac.id Abstract 3.
- Arianto, Nurmin, and Sabta Ad Difa. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property.” 3(2): 108–19.
- Azra, Amarullah. 2023. “Peran Service Quality, Price, Dan Venue Terhadap Kepuasan Pengunjung Dalam Event Musik Synchronizefest.” : 1–14.
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>.
- Bakti, Umar, Hairuddin, and Maria Septijantini. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Di Bandar Lampung Oleh.” *PT Indeks kelompok gramedia 1(Cara memmanage pemasaran): 1.*
<http://jurnal.unpad.ac.id/sosio-humaniora/article/view/12249>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate program IBM SPSS 25 edisi ke-9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, Nico Rifanto, Donant Alananto Iskandar, Fakultas Bisnis, and Institut Teknologi. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli.” 4(3): 415–24.
- Hendayana, Y., & Solichati, U. (2021). Pengaruh Experiential Marketing dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pengguna Marketplace Shopee di Kota Bekasi. *Manajerial, 20*, 233-241.
- Irawan, Muhammad Rizal Nur. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya.” *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri 5(2): 140.*
- Kumrotin, Evi Laili, and Ari Susanti. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo.” 6(1): 1–14.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition*. In England:

- Pearson Educationn Limited.
<https://app.luminpdf.com/viewer/99cAGZGug6i5d4dsL>
- Laela, Ella. 2021. “Kualitas Makanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Padarumah Makan Ciganea Purwakarta.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 8(1): 180–86.
- Maulana, Amnar Zaki, and Made Sukresna. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi: Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor).” *Diponegoro Journal of Management* 11(1): 1–15.
<http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Nita, Dhea, Syafina Rambe, and Nuri Aslami. 2021. “El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat El-Mujtama : Jurnal Pengabdian Masyarakat.” 1(2): 213–22.
- Nur, Sopian Zohdi, Taslim Sjah, and FX. Edy Fernandez. 2020. “PERKEMBANGAN DAN PROYEKSI PRODUKSI DAN KONSUMSI BERAS DI NUSA TENGGARA BARAT.” 21(3): 199–206.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Bandung
- Sugiyono, and Puji Lestari. 2021. “Metode Penelitian Komunikasi.” *Simbiosis Rekatama Media* 1.
- Sumaa, S, A S Soegoto, and L S Samadi. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado) the Influence of Product Quality, Price and Advertising Social Media on Buy.” *Jurnal EMBA* 9(4): 304–13.
- Sumarsan. 2021. “Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020.” *Jurnal Akuntansi* 51(1): 1–15.
- Tsaniya, Rizqy, and Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi. 2022. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt.” *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata* 5(1): 32–39.
- Wangarry, Calvin L *et al.* 2018. “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt . Hasjrat Abadi

Ranotana The Influence Of
Marketing Mixture On
Purchase Decision Of Honda
Motorcycle At Pt . Hasjrat
Abadi Ranotana.” 6(4).
