



**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN DI PONDOK AREMA PALANGKA RAYA**
*The Effect Of Price And Product Quality On Consumer Purchase Interest In
Pondok Arema Palangka Raya*

¹Amita Sari, ²Tonich Uda, ³Rinto Alexandro, ⁴Sri Rohaetin, ⁵Fendy Hariatama

¹²³⁴⁵Universitas Palangka Raya, Palangkaraya, Kalimantan Tengah, Indonesia.

ARTIKEL INFO

Diterima
Maret 2022

Dipublikasi
Mei 2022

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hasil pengolahan data yang berupa angka-angka. Hasil penelitian yang dilakukan di Pondok Arema Palangka Raya ini mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Pondok Arema Palangka Raya. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung masing-masing variabel bebas adalah 3,695 untuk variabel harga dan 4,679 untuk variabel kualitas produk. Sedangkan nilai dari t tabel adalah 1,985 (t hitung > t tabel) artinya bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen di Pondok Arema Palangka Raya, dan kualitas produk juga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Pondok Arema Palangka Raya. Sedangkan dari hasil analisis koefisien determinasi di peroleh nilai 0,597 atau 59,7% yang artinya pengaruh variabel independen (harga dan kualitas produk) terhadap variabel dependen yaitu Y (minat beli) sebesar 0,597, ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel-variabel independen adalah 59,7% sedangkan sisanya di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: Harga, Kualitas produk, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

This study uses a quantitative approach, a quantitative approach with a quantitative descriptive research method. This research aims to describe the results of data processing in the form of numbers. The results of research conducted at Pondok Arema Palangka Raya regarding the effect of price and product quality on consumer buying interest in Pondok Arema Palangka Raya. Based on the results of the study, it was shown that the calculated t value of each independent variable was 3.695 for the price variable and 4.679 for the product quality variable. While the value of the t table is 1.985 (t count > t table) meaning that the price variable has a significant effect on consumer buying interest at Pondok Arema Palangka Raya, and product quality also affects consumer buying interest in Pondok Arema Palangka Raya. While the results of the analysis of the coefficient of determination obtained a value of 0.597 or 59.7%, which means the influence of the independent variable (price and product quality) on the dependent variable, namely Y (buying interest) of 0.597, this shows that the contribution of the independent variables is 59.7% while the rest is influenced by other factors not studied.

Keywords: Price, Product Quality, Consumer Buying Interest

© Universitas Muhammadiyah Palangkaraya

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang memiliki berbagai macam kebutuhan dalam hidupnya, Salah satu kebutuhan manusia yang harus di penuhi adalah pangan, pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang harus terpenuhi setiap hari. Makan dan minuman merupakan kebutuhan manusia yang mendasar selain pakaian dan tempat tinggal. Keduanya ibarat sebuah kekuatan yang membantu manusia untuk terus bertahan hidup dari segala macam aktivitas yang dilakukannya. Di era globalisasi yang terjadi saat ini, gaya hidup masyarakat dan pola hidup masyarakat semakin berubah ke arah yang lebih modern. Perubahan gaya hidup dan yang terjadi dalam masyarakat tersebut disebabkan oleh berbagai hal dan aktivitas serta kesibukan yang padat khususnya masyarakat yang bekerja setiap hari, dalam hal pemenuhan kebutuhan pangan untuk itu masyarakat cenderung menginginkan makanan yang cepat saji, praktis, mudah didapat dan cepat. Sehingga masyarakat di daerah perkotaan khususnya lebih menyukai untuk makan di luar rumah. Selain itu, masyarakat juga menginginkan tempat dan suasana yang nyaman untuk menyegarkan pikiran dari padatnya aktivitas yang dijalaninya. Di era globalisasi saat ini persaingan bisnis tidak dapat terelakkan, pengusaha yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan di inginkan oleh para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik dari pada pesaingnya. Pemasar harus coba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli Karena pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya.

Berdasarkan tingkat kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat yang semakin meningkat, maka semakin meningkat pula

kebutuhannya terhadap barang dan jasa. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang di inginkan dan di harapkan oleh konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya. Kemampuan itu meliputi: daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan. Kemudian dioperasikan dan di perbaiki, serta atribut yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Rumah makan menjadi solusi bagi masyarakat yang menginginkan kemudahan untuk memperoleh makanan. Rumah makan bukan hanya menyediakan tempat untuk memenuhi kebutuhan makanan saja, namun juga menjadikan tempat untuk berkumpul bersama teman ataupun saudara, Keputusan konsumen atau pengunjung merupakan sikap yang dilakukan oleh seseorang dalam memilih produk atau jasa yang akan dikonsumsinya, dan setiap individu memiliki keputusan atau pilihan produk sesuai dengan persepsi dan minat serta kebutuhannya. Persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga tertarik untuk melakukan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, harga, pelayanan dan lain-lain, karena itu pemasar harus mampu menyusun strategi yang tepat dalam menarik minat beli

konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen. Menyusun sebuah strategi yang tepat guna mengambil hati para konsumen untuk melakukan pembelian dan transaksi merupakan elemen terpenting bagi perusahaan.

Desain ruang, harga, kualitas produk ataupun kelengkapan fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan merupakan potensi yang penting untuk diperhatikan sehingga memiliki fungsi yang maksimal guna menarik minat pembelian para konsumen. Harga bakso yang ditetapkan di Pondok Arema Palangka Raya relatif terjangkau oleh karena itu, banyak konsumen yang tertarik untuk melakukan pembelian bakso di Pondok Arema Palangka Raya. Selain harga kualitas produk juga menjadi salah satu faktor minat beli konsumen di Pondok Arema Palangka Raya. Disini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Pondok Arema Palangka Raya. Karena peneliti melihat banyaknya pengunjung atau konsumen yang datang ke Pondok Arema ini sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tersebut.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2011:8) yaitu "Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah

ditetapkan". Alasan penulis menggunakan jenis penelitian ini, karena peneliti ingin mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di Pondok Arema Palangka Raya. Dalam penelitian ini yang menjadi instrumen atau alat peneliti adalah konsumen. Menurut Sugiyono (2015:102), "instrumen penelitian merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati". Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel penelitian.

Prosedur pengumpulan data melalui observasi, penyebaran angket atau kuesioner dan dokumentasi. Teknik analisis data merupakan langkah selanjutnya yang akan dilakukan oleh peneliti setelah melakukan pengumpulan data dan disusun dengan sebaik mungkin agar mudah dibaca sehingga mampu memecahkan masalah yang diteliti. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yang pertama adalah uji validitas Menurut (Priyatno, 2014: 51), "uji validitas item merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur". Yang kedua uji reabilitas Menurut (Priyatno, 2014: 64), "uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner". Dan yang ketiga uji asumsi klasik, uji asumsi klasik dapat dibagi menjadi tiga yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas Menurut (Muhson, 2015:33-35), "uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data yang di peroleh dari setiap variabel berdistribusi normal atau tidak". Uji multikolinieritas Menurut (Muhson, 2015:41), "uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas". Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan

untuk menentukan apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu penelitian ke penelitian lainnya.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode Regresi Linier Berganda. Regresi linier berganda digunakan untuk melihat pengaruh harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) di Pondok Arema Palangka Raya. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan bantuan komputer SPSS Statistics 25, selanjutnya pengujian koefisien determinan ini di gunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinan ditentukan dengan nilai R Square.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah umum Pondok Arema Palangka Raya, Usaha rumah makan pondok arema berdiri sejak tanggal 28 November 2008 hingga saat ini, kurang lebih sudah 12 tahun usaha rumah makan pondok arema ini berdiri, bakso Arema dibuka pada pukul 9 pagi hingga pukul 9 malam dan mempunyai tiga shif jam kerja, yang pertama shif pagi sampai dengan siang kemudian siang sampai dengan sore kemudian yang terakhir malam dilakukan secara bersama-sama. Selama 12 tahun pondok arema berdiri, kini sudah mempunyai 3 (tiga) cabang rumah makan pondok arema yang tersebar di kota Palangka Raya dan kabupaten Pangkalan Bun. Cabang yang pertama berada di Palangka Raya tepatnya di jl.G.Obos simapang Sisingamangaraja, cabang yang ke dua berada di jl.Garuda Palangka Raya dan cabang yang ke tiga berada di Kabupaten Pangkalan Bun tepatnya di jl. Bhyangkara. Rumah makan pondok arema mempunyai jumlah karyawan sebanyak 31 orang, 10 orang karyawan berada di pondok arema yang berada di jl.G.Obos, 10 orang karyawan lagi berada di pondok arema yang berada di

jl.Garuda dan 11 orang karyawan berada di pondok arema yang berada di Kabupaten Pangkalan Bun. Usaha rumah makan pondok arema ini mulai berkembang pesat pada tahun 2013. Namun sebelum usahanya berkembang cukup pesat seperti saat ini dulu hanya berjualan di ruko yang kecil dan masih mengontrak, dan pemilik pernah mengalami yang namanya jatuh bangun dalam mengelola usahanya. Rumah makan pondok arema pada tahun 2015 di kabarkan dalam pengolahan baksonya menggunakan daging babi oleh oknum yang tidak dikenali oleh pemilik, dan pemilik hanya mengetahui informasi tersebut melalui media sosial. Kabar ini sempat membuat pemilik rumah makan pondok arema ini mengalami drop akibat ulah oknum yang memberikan informasi hoax kepada masyarakat. Sehingga dari kejadian tersebut pemilik usaha sulit untuk bangkit kembali, selama kurang lebih satu bulan rumah makan ini sepi. Karena pemilik tidak ingin usahanya terus menerus mengalami kebangkrutan akhirnya pemilik usaha mendatangkan Bapak Wali Kota dan Bapak Kapolres Palangka Raya dengan tujuan untuk melihat dan mengecek bawasanya dalam proses pembuatan bakso yang ada di pondok arema tersebut benar-benar dengan menggunakan daging sapi yang halal untuk di konsumsi oleh semua konsumen dan bukan menggunakan daging babi. Seperti dalam penelitian terdahulu pernah di ungkapkan Alexandro ed al (2021) kualitas yang bagus akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Dan setelah pemilik mendatangkan Bapak Wali Kota dan Bapak Kpolres Palangka Raya kini rumah makan pondok arema mulai perlahan ramai didatangi oleh konsumen lagi hingga saat ini. Lokasi yang sangat strategis dan dekat dengan perumahan penduduk menyebabkan rumah makan tersebut sering kali ramai di kunjungi oleh konsumen.

Responden dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah melakukan

pembelian di Pondok Arema Palangka Raya yang berjumlah 96 orang. Berdasarkan hasil penelitian kepada 96 responden melalui kuesioner yang telah disebar didapatkan gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Berdasarkan jenis kelamin yaitu 54 orang berjenis kelamin perempuan dan 42 orang berjenis kelamin laki-laki berdasarkan jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa jumlah responden didominasi perempuan. Berdasarkan usia <20 Tahun berjumlah 8 orang, 20-30 Tahun berjumlah 80 orang, 31-40 Tahun berjumlah 4 orang, >40 Tahun berjumlah 4 orang. Berdasarkan usia dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak didominasi usia 20-30 tahun. Berdasarkan pekerjaan Pelajar / Mahasiswa sebanyak 49 orang, PNS sebanyak 10 orang, Karyawan Swasta sebanyak 33 orang, Lainnya sebanyak 4 orang. Berdasarkan jenis pekerjaan dapat disimpulkan bahwa responden yang paling banyak adalah Pelajar / Mahasiswa sebanyak 49 orang.

Penelitian dengan melibatkan sebanyak 96 responden, untuk memberikan informasi mengenai pengaruh variabel X1 yaitu harga dan variabel X2 yaitu kualitas produk terhadap variabel Y minat beli. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan untuk menjawab permasalahan “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pondok Arema Palangka Raya”. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan yang berada dikuesioner yang telah di sebar kepada responden dinyatakan valid, karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan hasil r_{tabel} sebesar 0,198. Hasil uji reabilitas menunjukkan semua koefisien reliabel hal ini menyatakan bahwa pernyataan dalam kuesioner reliabel. Persamaan regresi yang diperoleh dari penelitian ini adalah $Y = - 484 + 0,448 X_1 + 0,483X_2$. Dari persamaan regresi tersebut diketahui bahwa parameter koefisien regresi untuk variabel harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen,

sedangkan kualitas produk juga berpengaruh terhadap minat beli di Pondok Arema Palangka Raya. Oleh karenanya baik harga maupun kualitas sangat perlu untuk diperhatikan dan dilakukan pengawasan dalam rangka mendapat laba yang maksimal. Hutasoit dan Pangaribuan (2021).

Dalam upaya mengidentifikasi seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya, diperoleh dari nilai koefisien determinasi. Berpengaruh artinya antara variabel independen yaitu X1 (harga) dan X2 (kualitas produk) mempunyai pengaruh untuk menarik konsumen dalam melakukan pembelian terhadap variabel dependen yaitu Y (minat beli konsumen). Sedangkan yang tidak berpengaruh artinya diantara variabel independen X1 (harga) dan X2 (kualitas produk) tidak mempunyai pengaruh untuk menarik konsumen dalam melakukan pembelian terhadap variabel dependen yaitu Y (minat beli konsumen). Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dalam angka R² (R square) adalah sebesar 0,597 atau 59,7% yang artinya pengaruh variabel independen (harga dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (minat beli) sebesar 0,597. Ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel-variabel independen adalah sebesar 59,7% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Variabel harga mempunyai pengaruh terhadap minat beli konsumen di Pondok Arema Palangka Raya sebesar 3.695 atau 36,95% yang artinya 36,95% harga mempunyai pengaruh untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Pondok Arema Palangka Raya.

Besarnya kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Pondok Arema Palangka Raya adalah sebesar 4,679 atau 46,79% yang artinya 46,79% kualitas produk mempunyai pengaruh untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Pondok Arema Palangka Raya. Pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Pondok Arema Palangka Raya. Dibuktikan dari hasil analisis data pada tabel uji koefisien determinan (R²) terlihat bahwa R Square adalah sebesar 0,597 atau 59,7% ini artinya bahwa variasi perubahan variabel minat beli (Y) dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas harga (X1) dan (X2) kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandro, R., Butarbutar, RA, Uda, T., & Erang, D. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Dalam peningkatan Volume Penjualan Pada Cell Com Palangka Raya. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7 (1), 1-6.
- Abdul Rahman. 2010. *Panduan Pelaksanaan Administrasi Pajak: Untuk karyawan, Pelaku Bisnis dan Perusahaan*. Bandung: Nuansa.
- Ali Hasan. 2013. *Marketing*. Cetakan pertama. Media Pressdindo Yogyakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hendro. 2011. *Dasar-Dasar Kewirausahaan panduan bagi mahasiswa untuk mengenal, memahami, dan memasuki dunia bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler Dan Armstrong. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip & Lane Kevin Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip and Gray Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*. 15 th Edition. Pearson Education. Inc.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing*. 12 th Edition. Jilid I Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, Mudrojat. 2011. *Metode Kuntitatif*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.
- Natalia Hutasoit, S., & Pangaribuan, H. 2021. Pengaruh Pengawasan Terhadap Laba Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7 (1), 72-81.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 25 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPM.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cetakan ke-24, Bandung: Alabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto., Nandan Limakrisna. 2011. *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Suwinto, Johan. 2011. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Thamrin, Abdulah., Francis Tantri. 2013. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rarawali Pres.