

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA GARASI KOPI TORAJA DI KELURAHAN RANTE PASELE KABUPATEN TORAJA UTARA

Sandi Mantong<sup>1</sup>, Althon K. Pongtuluran<sup>2</sup>, Dwibin Kannapadang<sup>3</sup>

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email: <sup>1</sup>[mantongsandi@gmail.com](mailto:mantongsandi@gmail.com), <sup>2</sup>[althonkp@yahoo.co.id](mailto:althonkp@yahoo.co.id)

<sup>3</sup>[dwibinkannapadang90@gmail.com](mailto:dwibinkannapadang90@gmail.com)

### ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Usaha Garasi Kopi Toraja Di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli pada usaha garasi kopi Toraja di kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara. Penelitian menggunakan pendekatan Kuantitatif. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data dengan sampel sebanyak 77 responden yang dipilih menggunakan sampel jenuh. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji instrumen dan uji regresi linear berganda dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Di diketahui nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,60 < 1,66488$  dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Dengan nilai  $t_{hitung} 0,711 > t_{tabel} 1,66488$  yang artinya bahwa Harga berpengaruh positif terhadap minat beli (Y), dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , artinya harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. .  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $517,241 > 3,29$  dengan tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat pada penelitian ini.

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

### ABSTRACT

*The Influence of Product Quality and Price on Purchase Interest in the Toraja Coffee Garage Business in Rante Pasele Village, North Toraja Regency. This research aims to determine the effect of product quality and price on purchasing interest in the Toraja coffee garage business in the Rante Pasele sub-district, North Toraja Regency. The research uses a quantitative approach. This research uses a questionnaire as a data collection technique with a sample of 77 respondents selected using a saturated sample. The data analysis techniques used are instrument tests and multiple linear regression tests using the SPSS version 26 application. The results of this research show that product quality and price together influence consumer buying interest. It is known that the calculated  $t$  value  $< t$  table is  $0.60 < 1.66488$  with a significance level of  $0.000 < 0.05$ . This shows that product quality has a significant positive effect on purchasing interest. With a  $t$  value of  $0.711 > t$  table  $1.66488$ , which means that price has a positive effect on buying interest (Y), with a significant value of  $0.000 < 0.05$ , meaning that price has an effect on consumer buying interest. .  $F_{count} > F_{table}$  is  $517,241 > 3.29$  with a significance level of  $0.00 < 0.05$  which shows that the independent variable does not influence the dependent variable in this study.*

**Keywords:** Product Quality, Price, Purchase Interest.

## **PENDAHULUAN**

Daya saing perdagangan di Indonesia saat ini semakin tinggi, termasuk persaingan industri makanan dan minuman. Semakin berkembangnya usaha di industry minuman dengan berbagai kreasi dan inovasi jenis minuman yang dipasarkan akan membuat ketertarikan sendiri di kalangan milenial. Dengan begitu, kalangan milenial kerap menyebutnya sebagai minuman kekinian. Hal ini menjadi peluang bagi produsen usaha minuman kekinian untuk menciptakan keunikan tersendiri dalam usahanya untuk menarik perhatian konsumen dan mampu bertahan dalam persaingan.

Maraknya usaha minuman kekinian yang smberikan nilai lebih sering kita jumpai membuat industry minuman lebih berfikir secara keras dalam melahirkan kebijakan yang strategis agar produk mereka lau di pasaran. Pemilik usaha dituntut untuk memberiuikan nilai lebih kepada konsumen untuk memenangkan persaingan pasar. Hal ini di karenakan semakin banyak saingan maka bertambah juga pilihan produk sesuai yang akan dibeli pembeli sehingga konumen dalam memilih suatu produk banyak hal yang di pertimbangkan untuk memilih suatu produk sesuai dengan harapanya.

Di kabupaten Toraja Utara khususnya Kota Rantepao usaha minuman kekinian sudah banyak di jumpai. Hal tersebut di dukung oleh upaya pemerintah daerah yang memberikan kesempatan masyarakat untuk menciptakan peluang usaha, situasi tersebut menjadikan para pelaku usaha semakin terpacu dalam mengencarkan program bisnis mereka agar produk yang mereka jual dapat bersaing di pasaran.

Saat ini agar mampu bersaing dengan usaha minuman lainnya maka perusahaan mampu memberikan produk berkualitas tinggi dengan nilai ekstra yang menonjol dari penawaran pesaing. Konsumen memandang kualitas sebagai salah satu elemen yang perlu dipertimbangkan saat membeli produk, namun selain kualitas, saat ini masyarakat juga menginginkan produk yang memiliki harga terjangkau dan cocok bagi semua kalangan khususnya kalangan menengah kebawah. Hal ini di sebabkan masyarakat lebih sering bandingkan harga dengan toko lain yang memiliki produk sejenis. Kondisi ini juga dilakukan oleh Garasi Kopi Toraja yang merupakan salah satu usaha minuman kekinian yang menjual olahan kopi dan beberapa produk non coffee yang disertai berbagai topping sehingga bisa di nikmati semua kalangan. Namun seiring berjalannya waktu, Garasi Kopi Toraja mengalami penurunan penjualan dilihat pada hasil penjualan yang terus menurun dibandingkan dengan usaha minuman kopi lainnya di daerah kabupaten Toraja Utara. Berdasarkan pengambilan data di Garasi Kopi Toraja. Garasi Kopi Toraja dan pesaingnya yaitu Kopi Salusopai dan kopi Rezeki menunjukkan tingkat hasil penjualan di Kopi Garasi Toraja periode Juli-September 2020 mengalami penurunan, yakni sebanyak 7% di bulan Juli-Agustus serta 9% pada bulan Agustus-September. Sedangkan pada Kopi Salusopai dan kopi Rezeki yang merupakan pesaingnya mengalami tingkat hasil penjualan yang meningkat setiap bulannya. Rendahnya hasil penjualan kopi Garasi Toraja pada tahun 2020 diduga karena rendahnya minat beli konsumen. Penurunan penjualan yang terjadi tidak terlepas dari produk yang diberikan dan bagaimana harga yang telah ditetapkan untuk konsumen.

Menurut Salfina & Gusri (2018) minat beli seseorang dalam melakukan transaksi pembelian dipengaruhi beberapa hal yakni kualitas, harga serta citra merk suatu produk. Sedangkan Satria (2017) berpendapat harga, kualitas serta promosi juga mempengaruhi daya beli konsumen. Retnowulan (2017) dan Febrian (2019) mengatakan minat beli konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk dan persepsi harga. Sedangkan Mulyana (2019) mengatakan minat beli dipengaruhi oleh kualitas produk serta pelayanan. Jadi dapat disimpulkan terdapat banyak faktor yang membuat konsumen terpengaruh dalam membeli produk antara lain kualitas, harga, citra merk, cara promosi serta pelayanan penjual. Pada penelitian ini terfokus pada

variabel kualitas produk serta harga. Karena hal tersebut sejalan dengan teori Simamora (2011: 106) yang mengatakan minat beli konsumen timbul apabila adanya rasa percaya serta kemampuan membeli suatu produk. Jadi, apabila kualitas produk baik dan harga yang ekonomis, semakin besar kemungkinan para konsumen untuk berminat melakukan pembelian pada perusahaan tersebut. Minat beli yakni suatu kegiatan pembeli yang memiliki keinginan untuk melakukan aktivitas pembelian dengan memilih suatu produk didasarkan pada pengalaman memilih, penggunaan serta konsumsi suatu produk yang ditawarkan penjual (Kotler & Keller, 2012: 181). Yang menjadi indikator minat beli menurut Kotler & Keller, (2012: 503) yaitu: Attention, yaitu menarik perhatian calon pelanggan ke item yang ditawarkan produsen. Interest, yaitu tindakan proses menarik pelanggan potensial ke barang produsen. Desire, yaitu kesiapan calon konsumen untuk memperoleh barang dari produsen. Action, yaitu calon pelanggan dapat membeli produk jika mereka tertarik. Penelitian terdahulu yang dilakukan Anditoro & Ahmadun (2019) mengungkapkan bahwa kualitas produk serta harga memiliki pengaruh kepada daya beli pembeli, sedangkan penelitian Halim & Iskandar (2019) memiliki hasil yang berkebalikan yakni minat beli pembeli tidak dipengaruhi oleh kualitas serta harga produk.

Susanti (2017) mengungkapkan bahwa kualitas termasuk hal yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk dimana produk dikatakan berkualitas apabila memenuhi harapan pembeli. Kualitas suatu produk mengacu pada kapasitas barang dalam menyediakan fungsi yang sesuai atau lebih dari harapan pembeli (Kotler & Keller, 2012: 142). Maka, kualitas suatu barang memiliki urgensi yang besar dalam melakukan proses transaksi. Yang menjadi indikator kualitas produk menurut Kotler (2012: 49), yaitu: (Kadar / komposisi produk merupakan suatu bentuk susunan, aturan takaran atau komponen-komponen apa saja yang terdapat dalam suatu produk atau membentuk suatu produk. Desain produk yaitu, sebuah konsep yang sangat luas tentang pengembangan suatu ide-ide yang efektif dan efisien terhadap produk-produk baru melalui tampilan dalam maupun luar produk yang dijual oleh perusahaan untuk pelanggannya sehingga terlihat menarik. Daya tahan produk. Didasarkan daya tahan suatu barang terbagi menjadi dua, yakni Produk tidak tahan lama, yakni suatu barang yang dapat dikonsumsi atau dipakai satu kali saja. Umur ekonomisnya biasanya tidak ada satu tahun. Produk tahan lama, yakni suatu barang yang dapat dipakai berkali-kali dimana umur ekonomisnya dapat lebih dari satu tahun. Perihal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Febrian (2019), dimana memaparkan kualitas barang memiliki pengaruh besar terhadap keinginan pembelian oleh pembeli. Tetapi lain halnya pada penelitian Gunarso (2017) berisi terkait kualitas produk bahwa variabel kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan pada minat beli pembeli.

Secara tradisional, harga masuk kategori variabel penting pada minat beli konsumen. Mursid (2014) mengungkapkan bahwa harga ialah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan satuan mata uang atau alat tukar pada barang tertentu. Kotler & Keller (2012) menjabarkan harga sangat berpengaruh terhadap minat beli, karena pembeli dalam memutuskan transaksi beli suatu barang mempertimbangkan faktor harga. Dengan demikian, harga yang ditawarkan oleh perusahaan pada konsumen bila dirasakan cocok dan terjangkau maka kemungkinan besar konsumen berminat untuk membelinya produk tersebut. Jadi harga juga berpengaruh minat konsumen akan suatu produk. Menurut Mursid

(2014) ada beberapa indikator yang mempengaruhi harga produk yakni: Harga yang ditawarkan kompetitif, yakni mengacu pada harga yang lebih murah dibanding dari pesaing. sesuai harga dengan pasaran, yakni mematuhi harga yang berada di pasaran antara harga dengan kualitas produk sama. Penelitian oleh Hidayat & Hartanto (2019) memaparkan adanya pengaruh antara harga dengan minat beli konsumen. Perbedaan hasil penelitian ditemukan dalam penelitian Aptaguna & Pitaloka (2016) dimana harga tidak memiliki pengaruh terhadap keinginan konsumen dalam melakukan pembelian.

Terdapat fenomena pada Garasi Kopi Toraja persaingan pasar berbagai jenis kopi yang diangkat serta adanya berbagai hasil penelitian dengan hasil yang berbeda menjadi sebuah kesenjangan yang bisa diisi dalam penelitian. Penelitian ini ingin menginformasikan dan menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Garasi Kopi Toraja. Didasarkan uraian diatas, dapat teridentifikasi suatu permasalahan yakni hasil penjualan di Garasi Kopi Toraja mengalami penurunan, Kualitas produk yang diinginkan masyarakat saat ini adalah produk yang memiliki nilai lebih dan sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen yang sering membandingkan harga dengan produk sejenis dari toko lain yang mengakibatkan Terjadinya ketidakkonsistenan pada Garasi Kopi Toraja dalam menentukan harga yang berdasarkan kualitas produk kopi tersebut. Kualitas produk serta harga terhadap keinginan beli pembeli. Adapun tujuan penelitian ini yakni untuk menguji pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap minat beli di Garasi Kopi Toraja.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistika (Sugiyono, 2017). Lokasi penelitian ini adalah di Kelurahan Rante Pasele Kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian untuk memperoleh jawaban masalah penelitian (Sugiyono, 2017).

Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori, dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena. Proses pengukuran adalah bagian sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamat empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif. Penelitian kuantitatif banyak digunakan dalam ilmu alam maupun ilmu sosial, dari fisika dan biologi hingga sosiologi dan jurnalisme. Pendekatan ini juga digunakan sebagai cara untuk meneliti berbagai aspek dari pendidikan. Istilah penelitian kuantitatif sering dipergunakan dalam ilmu-ilmu sosial untuk membedakannya dengan penelitian kualitatif. Penelitian kuantitatif ini memiliki tujuan penting dalam melakukan pengukuran sebagai pusat penelitian, karena dari hasil pengukuran akan membantu dalam melihat hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dengan hasil data secara kuantitatif.

Rumus Slovin digunakan apabila populasi yang diteliti berjumlah kurang dari 1000 orang. Misalnya, dalam penelitian Nanda yang ingin meneliti Pengaruh Fasilitas Bimbel Brain Academy Cabang Bekasi dengan Minat Belajar Siswa, jumlah seluruh siswa bimbel Brain Academy Cabang Bekasi adalah 550 orang. Berdasarkan rumus Slovin, sampel yang diperlukan untuk penelitian tersebut berjumlah 85 responden.

Sedangkan, rumus Yamane digunakan apabila populasi yang diteliti berjumlah lebih dari 1000 orang. Misalnya, dalam penelitian Nanda yang ingin meneliti Pengaruh Aplikasi TikTok terhadap Minat Belanja Masyarakat Jakarta, dengan jumlah seluruh pengguna TikTok di Jakarta sebanyak 3285 orang, sampel yang diperlukan untuk penelitian tersebut berjumlah 767 responden.

Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang disebut sebagai instrumen penelitian kuantitatif. Selain kuesioner, teknik pengumpulan data pada penelitian kuantitatif juga bisa dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi, atau studi kepustakaan

### HASIL PEMBAHASAN

Usaha Garasi Kopi Toraja adalah salah satu usaha UMKM dan salah satu usaha kopi yang terletak di kota Rantepao khususnya di kelurahan Rante Pasele kecamatan Rantepao Kabupaten Toraja Utara. Pada awal di dirikanya kopi di Garasi Kopi Toraja tersebut proses pembuatannya hanya bermodalkan peralatan-peralatan seadanya, dan jumlah produk yang di hasilkan saat itu juga masih terbilang sedikit. Semakin lama pemilik usaha Garasi kopi Toraja ini menekuni usaha kopi tersebut semakin banyak pula konsumen yang meminati produk kopinya, melihat peluang usahanya akan berkembang maka pemilik usaha Garasi Kopi Toraja semakin antusias menambah jumlah produksinyadan menambah mesin penggiling kopi dan bebrapa peralatan lainnya yang menyokong kualitas kopi yang dihasilkan.

**Tabel 1. Responden berdasarkan jenis kelamin**  
JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI=LAKI	19	24.7	24.7	24.7
PEREMPUAN	58	75.3	75.3	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Sumber: data diolah (SPSS,2023)

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 19 orang dengan persentase 24,7 %, sedangkan responden perempuan sebanyak 58 orang dengan persentase 75,3%. Terlihat bahwa responden pada penelitian ini sebagian besar adalah perempuan yaitu sebanyak 58 orang dari total jumlah responden sebesar 75,3%.

**Tabel 2. Responden berdasarkan umur**  
UMUR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-25	17	22.1	22.1	22.1
31-40	42	54.5	54.5	76.6
41-60	18	23.4	23.4	100.0
Total	77	100.0	100.0	

Sumber: data diolah (SPSS,2023)

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa responden yang berumur 20-25 Tahun sebanyak 17 orang dengan persentase 22,1%, responden yang berumur 31-40 sebanyak 42 orang dengan persentase 54,5%. Dan responden yang berumur 41-60 Tahun sebanyak 18 orang dengan persentase 23,4% Terlihat bahwa responden pada penelitian ini sebagian besar berumur 31-40 Tahun 54,5%.

**Tabel 3. Kategori Skala**

Skala		Kategori
1	2	Sangat Tidak Baik (STB)
1.81	3	Tidak Baik (TB)
2.61	3	Cukup Baik (CB)
3.41	4	Baik (B)
4.21	5	Sangat Baik (SB)

**a. Penilaian Kualitas Produk (X1)**

Menurut Alvian et al, (2021) terdapat tiga indikator yang mempengaruhi Kualitas Produk kesegaran, tampilan, dan rasa. Berikut merupakan hasil jawaban responden terhadap Kualitas Produk. Hasil jawaban responden terhadap Kualitas Produk dapat dilihat pada tabel 4 dibawah

**Tabel 4. Hasil Jawab Kuesioner Kualitas Produk**

Berdasarkan tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai Kualitas produk maka diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,51 yang artinya berada pada kategori baik. Nilai rata-rata yang paling tinggi terdapat pada indikator "kesegaran" dengan nilai rata-rata 3,58. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator "Tampilan" dengan nilai rata-rata 3,42.

**b. Harga (X2)**

Menurut Stanton (2010, hal. 24) dalam Lembang (2016) Indikator yang digunakan untuk mengukur harga antara lain Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas, Daya saing harga, Kesesuaian harga dengan manfaat. Hasil jawaban responden terhadap harga dapat dilihat pada table 5 dibawah.

**Tabel 5. Hasil Jawaban Kuesioner tentang Harga**

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS	Rata-Rata	Kategori
		F (%)	F (%)	F (%)	F (%)	F (%)		
	<b>Kesegaran</b>							
1	Garasi Kopi Toraja Meracik dan memproses kopinya sendiri	0 (0)	2 (5,7)	15 (42,9)	11 (31,4)	7 (20,0)	3,66	B
2	Garasi Kopi Toraja Menyajikan kopi dengan kematangan Medium Dark	0 (0)	2 (5,7)	19 (54,3)	8 (22,9)	6 (17,1)	3,51	B
	<b>Rata-Rata Kesegaran</b>						3,58	B
	<b>Tampilan</b>							
1	Saya menyukai kemasan dari Garasi kopi Toraja	1 (2,9)	4 (11,4)	20 (57,1)	3 (8,6)	7 (20,0)	3,31	CB
2	Kopi dari Garasi Kopi Toraja memiliki kemasan yang bagus	1 (2,9)	1 (2,9)	16 (44,7)	12 (34,3)	5 (14,3)	3,54	B
	<b>Rata-Rata Tampilan</b>						3,42	B
	<b>Rasa</b>							
1	Kopi dari Garasi Kopi Toraja mempunyai rasa yang khas	0 (0)	0 (0)	19 (54,3)	11 (31,4)	5 (14,3)	3,60	B
2	Kopi dari Garasi Kopi Toraja mempunyai aroma yang khas	1 (2,9)	0 (0)	19 (54,3)	10 (28,6)	5 (14,3)	3,51	B
	<b>Rata-Rata Rasa</b>						3,55	B
	<b>Skor rata-rata responden</b>						3,51	B

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai Harga maka diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,34 yang artinya berada pada kategori sangat baik. Nilai rata-rata yan paling tinggi terdapat pada indikator “daya saing harga” dan “Kesesuaian harga dengan manfaat “dengan nilai rata-rata 4,69. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator “Keterjangkauan Harga” dengan nilai rata-rata 4,17.

**c. Minat Beli (Y)**

Menurut ferdinan (2014) miniat beli dapat di dentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut Minat transaksional, Minat refrensial, Minat preferensial, Minat eksploratif. Hasil jawaban responden terhadap Minat Beli dapat di lihat pada table 4.6 dibawah.

**Tabel 6. Hasil Uji f (Secara Simultan)**

ANOVAa

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1947.034	2	973.517	517.241	.000 <sup>b</sup>
	Residual	139.278	74	1.882		
	Total	2086.312	76			

a. Dependent Variable: minat beli

b. Predictors: (Constant), harga, Kualitas produk

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat diketahui nilai masing-masing t hitung dan signifikasi variabel bebas. Sehingga dapat dibuktikan hipotesis yang penulis ajukan dengan dasar ketentuan pengambilan keputusan:

1. Jika nilai sig. < 0,05, atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Beli (Y)
2. Jika nilai sig. < 0,05 atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel Harga (X2) terhadap Minat Beli (Y).  
 $f_{tabel} = f(n-k-1; k)$   
 $= f(77-2-1; 2)$   
 $= f(74; 2)$  dan  $df_2 = 3,12$   
 $= 3,12$

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada Usaha Garasi Kopi Toraja di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara.

**1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Usaha Garasi Kopi Toraja Di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara.**

Berdasarkan hasil uji regresi Linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel penilaian prestasi kerja 0,60 yang merupakan nilai positif. Dengan hasil uji t yaitu variabel Minat Beli berpengaruh dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa hipotesis 1 (H1) diterima, dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,60 < 1,66488$  dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli. Dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas produk usaha kopi Toraja maka akan semakin meningkat minat beli terhadap produk kopi Toraja begitu pula sebaliknya.

Pada hasil deskriptif tanggapan responden pada variabel kualitas produk nilai rata-rata sebesar 3,51 yang artinya berada pada kategori baik. Nilai rata-rata yang paling tinggi terdapat pada indikator “kesegaran” dengan nilai rata-rata 3,58 yang artinya indikator ini harus di pertahankan karena menjadi indikator dengan penilaian yang baik. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator “Tampilan” dengan nilai rata-rata 3,42 yang artinya indikator ini harus lebih di tingkatkan lagi.



Susanti (2017) mengungkapkan bahwa kualitas termasuk hal yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli produk dimana produk dikatakan berkualitas apabila memenuhi harapan pembeli. Kualitas suatu produk mengacu pada kapasitas barang dalam menyediakan fungsi yang sesuai atau lebih dari harapan pembeli (Kotler dan Keller, 2012). Dengan demikian pemilik usaha dapat menjadikan kualitas produk sebagai nilai jual bagi konsumen, dikarenakan jika suatu produk memiliki ciri khas yang unggul dibanding produk lainnya yang sejenis maka produk tersebut layak untuk dibeli oleh konsumen. Sehingga dengan kualitas produk yang baik akan menghasilkan hasil akhir yang dapat mempengaruhi minat beli para konsumen untuk membeli kopi di garasi kopi.

Uraian dari hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fauzan dan Rohman (2019) dimana kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Penelitian yang dilakukan oleh Rizqy Tsaniya (2022) juga mendapatkan hasil penelitian yang sejalan, yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Artinya semakin baik kualitas produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM maka akan mendapatkan tujuan akhir yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen untuk selalu membeli kopi di usaha Garasi Kopi Toraja.

Hasil penelitian ini sejalan oleh pendapat (Simamora, 2011) yang mengatakan minat beli konsumen timbul apabila adanya kepercayaan terhadap suatu produk yang diiringi dengan kemampuannya untuk membeli produk tersebut. Jadi semakin dipercaya kualitas produk baik, semakin besar kemungkinan para konsumen untuk berminat melakukan pembelian pada usaha garasi kopi Toraja tersebut.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Pada Usaha Garasi Kopi Toraja Di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara.**

Berdasarkan hasil dari analisis regresi linear berganda, nilai koefisien regresi dari variabel Harga (X<sub>2</sub>) adalah 0,711 yang merupakan nilai positif. Dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa hipotesis 2 (H<sub>2</sub>) diterima, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai  $t_{hitung} 0,711 > t_{tabel} 1,66488$  yang artinya bahwa Harga berpengaruh positif terhadap minat beli (Y), dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen, dikarenakan pada dasarnya apabila konsumen akan membeli suatu produk maka harga menjadi hal utama untuk di pertimbangkan terlebih dahulu.

Pada hasil deskriptif tanggapan responden pada variabel harga diperoleh tanggapan responden diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,34 yang artinya berada pada kategori sangat baik. Nilai rata-rata yang paling tinggi terdapat pada indikator "daya saing harga" dan "Kesesuaian harga dengan manfaat" dengan nilai rata-rata 4,69, yang artinya indikator ini harus di pertahankan. Dan nilai rata-rata terendah terdapat pada indikator "Keterjangkauan Harga" dengan nilai rata-rata 4,17, yang artinya indikator ini perlu di perhatikan.

Hasil penelitian sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2012) mengatakan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap minat beli, karena konsumen memutuskan pembelian suatu produk dengan mempertimbangkan faktor harga. Dengan demikian harga yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen jika dirasakan cocok dan terjangkau maka kemungkinan besar konsumen berminat

untuk membeli produk kopi di garasi kopi toraja. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh (Hidayat dan Hartanto, 2019) dan Febrian (2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Harga produk ini memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli konsumen. dari hal tersebut dapat dinyatakan apabila harga produk yang semakin sesuai dengan harga yang diinginkan konsumen maka akan memberi pengaruh minat beli untuk membeli ulang produk yang ditawarkan oleh pelaku UMKM. Harga pada umumnya mencerminkan suatu nilai produk yang diberikan produsen bagi konsumennya, setelah konsumen bersedia untuk membayar harga yang telah ditetapkan pada produk kopi pada usaha Garasi Kopi Toraja dan memiliki harapan pada produk tersebut bahwa ada nilai tambah dan berbeda pada produk kopi di usaha garasi kopi Toraja dibandingkan pada usaha kopi yang lain.

### 3. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Usaha Garasi Kopi Toraja Di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara.

Variabel Penilaian Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Pada Usaha Garasi Kopi Toraja Di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara, karena setiap usaha yang memiliki kualitas produk yang baik dan harga yang baik akan meningkatkan minat beli pelanggan terhadap produk tersebut.

.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $517.241 > 3,29$  dengan tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat pada penelitian ini.

Pada hasil deskriptif tanggapan responden pada variabel minat beli maka diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,34 yang artinya berada pada kategori sangat baik. Nilai rata-rata yang paling tinggi berada pada indikator " Minat Preferensial" dengan nilai rata-rata 4,69. Dan nilai terendah terdapat pada indikator " Minat Refrensial" dengan nilai rata-rata 3,81 walaupun berada pada kategori baik.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara Kualitas produk dan harga terhadap minat beli pada Usaha Kopi di Garasi Kopi Toraja Di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara

Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha kopi Garasi Kopi Toraja di Kelurahan Pasele. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat minat beli konsumen di usaha kopi Garasi Kopi Toraja memiliki keterikatan dengan kualitas produk dan harga. Maka dari itu, pelaku usaha atau produsen harus mampu memperhatikan dari segi kualitas produk yang diberikan kepada konsumen maupun harga yang sesuai yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada usaha kopi di Garasi Kopi Toraja supaya minat beli konsumen akan meningkat dengan kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai dikalangan masyarakat Toraja.

Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat Simamora (2011) yang mengatakan minat beli konsumen timbul apabila adanya kepercayaan terhadap suatu produk yang diiringi dengan kemampuannya untuk membeli produk tersebut. Jadi semakin dipercaya kualitas produk baik dan harga yang terjangkau, semakin besar kemungkinan para konsumen untuk berminat untuk melakukan pembelian pada pelaku usaha tersebut. Serta hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang

dilakukan oleh Rizqy Tsaniya, dkk, (2022) yaitu penelitian tersebut menunjukkan bahwa Kualitas produk dan Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopi Nau.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut: Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada usaha Garasi Kopi Toraja di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara. Selain itu, variabel harga juga berpengaruh terhadap minat beli pada usaha Garasi Kopi Toraja di lokasi yang sama. Lebih lanjut, variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli pada usaha Garasi Kopi Toraja di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara.

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, selanjutnya dapat diusulkan saran yang diharapkan dapat bermanfaat, yaitu: pertama, bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan variabel yang belum digunakan dalam penelitian ini agar dapat memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Kedua, bagi pelaku usaha, disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas produk dan harga agar dapat mempertahankan pelanggan dan menarik minat konsumen lainnya, sehingga usaha yang dijalankan dapat lebih berkembang dari sebelumnya.

## **REFERENSI**

- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri, (2013) ., *Manajemen Pemasaran*. Cet. Li. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri, (2013) ., *Manajemen Pemasaran*. Cet. Li. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Alvian, Kenny. I.G.P (2021). *Pengaruh kualitas prouk dan harga terhadap kepuasan konsumen' masalah performa* 5(4)255-302
- Alvian, Kenny. I.G.P (2021). *Pengaruh kualitas prouk dan harga terhadap kepuasan konsumen' masalah performa* 5(4)255-302
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*.
- Aziz, T., Haryadi, R. N., Riyanto, S., & Usman, H. M. (2023). The Effect of Marketing Mix and Brand Image towards Interest of Students at Riyadlul Jannah Islamic High School Jonggol. *International Journal of Sharia Business Management*, 2(2), 49-56.
- Darwin Kesuma (2020) *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang beras selancar (studi kasus padaibu rumah tangga di kota baru jalan kapten satar RT.10 RW.03 Kecamatan Lahat)*. Vol 9 No 2 (2020) *Jurnal Manajemen dan bisnis*.
- Darwin Kesuma (2020) *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang beras selancar (studi kasus padaibu rumah tangga di kota baru jalan kapten satar RT.10 RW.03 Kecamatan Lahat)*. Vol 9 No 2 (2020) *Jurnal Manajemen dan bisnis*.
- Fauzan, A., & Rohman, A. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor Kawasaki. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 104-113.
- Fauzan, A., & Rohman, A. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sepeda motor Kawasaki. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 104-113.

- Febrian, F. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*,13(1), 41-55.
- Febrian, F. (2019). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli Lembur Batik. *Ekono Insentif*,13(1), 41-55.
- Gunarso, K. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian beras premium dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 5(3).Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Gunarso, K. (2017). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian beras premium dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship (EJME)*, 5(3).Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Kannapadang, D. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkomsel di Outlet Todi'Cell Kecamatan Makale Kabupaten Tana Toraja. *Jurnal Economix*, 9(1), 49-60.
- Kumala, D., Herawati, E., & Haryadi, R. N. (2024). Analysis of Decreasing Sales Turnover of Muslim Clothes in Tanah Abang Market Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 5(1), 69-79.
- Pasulu, I., & Kannapadang, D. (2023). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sultan Coffee. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 3(3), 90-102.
- Setiawati, N. P. A., Sunarsi, D., Nurjaya, S., Manan, A., Nurhadi, A., Erlangga, H., ... & Purwanto, A. (2021). Effect of Technology Acceptance Factors, Website Service Quality and Specific Holdup Cost on Customer Loyalty: A Study in Marketing Departement of Packaging Industry. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 12685-12697.
- Susanti, I. (2023). Perbankan Syariah dalam Ekonomi Global: Analisis Prinsip, Implementasi, dan Dampaknya. *Persya: Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 1-4.
- Utarinda, D., Haryadi, R. N., Al Farisi, M. S., Mutaufiq, A., & Eliza, E. (2022). Pelatihan Manajemen Bisnis Kedelai dalam Meningkatkan Kualitas Produk bagi Pelaku Usaha Kedelai di Purwakarta. *Jurnal Surya Masyarakat*, 4(2), 264-269.