

# **Pengaruh Kualitas Produk UMKM terhadap Minat Beli Wisatawan Domestik di Desa Wisata Penglipuran**

**Pande Putu Juniarta**

Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional

Email: pande0691@gmail.com

## **Abstrak**

Kualitas produk merupakan gambaran dari semua dimensi produk yang tersedia dan memberikan manfaat dan nilai bagi konsumen. Kualitas produk yang baik akan menimbulkan minat beli pada konsumen. Produk UMKM merupakan produk lokal yang dijual pada suatu destinasi wisata. Produk UMKM di desa penglipuran menjadi produk yang dicari oleh wisatawan domestik yang berkunjung ke desa wisata penglipuran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk UMKM terhadap minat beli wisatawan domestik di desa wisata penglipuran. Penelitian ini dilakukan pada desa wisata penglipuran. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara tidak acak. Peneliti akan merumuskan kriteria objek yang ingin dijadikan sumber penelitian secara spesifik, dimana yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan domestik yang berkunjung ke desa wisata penglipuran. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X) menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat beli (Y) di desa wisata penglipuran dan variabel kualitas produk UMKM memberikan kontribusi sebesar 31,6 % terhadap minat beli wisatawan domestik di desa wisata penglipuran.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Minat Beli, UMKM, Desa Wisata

## **Abstract**

Product quality is an overview of all available product dimensions and provides benefits and value for consumers. Good product quality will generate buying interest in consumers. SME products are local products that are sold at a tourist destination. MSME products in Penglipuran village are products sought after by domestic tourists visiting the Penglipuran tourism village. The purpose of this study was to determine the effect of SME product quality on the buying interest of domestic tourists in the Penglipuran tourism village. This research was conducted in Penglipuran tourism village. The sampling method used in this study was a non-random sampling technique. The researcher will formulate the criteria for the object to be used as a specific research source, where the samples in this study are domestic tourists who visit the Penglipuran tourism village. Based on the results of the research that has been done, it shows that the product quality variable (X) shows a positive and significant influence on the purchase intention variable (Y) in the Penglipuran tourism village and the SME product quality variable contributes 31.6% to the buying interest of domestic tourists in the village. expulsion tour.

**Keywords:** *Product Quality, Buying Interest, SME, Village Tourism*

## **PENDAHULUAN**

Pada industri pariwisata khususnya destinasi wisata, kualitas produk memegang peranan yang sangat penting dalam menjamin kepuasan konsumen, selain itu pengendalian harga yang ekonomis juga sangat penting bagi konsumen, karena harga dapat menimbulkan keputusan pembelian oleh konsumen atau tidak. Kualitas produk merupakan gambaran dari semua dimensi produk yang tersedia dan memberikan manfaat dan nilai bagi konsumen. (Adi

& Oktarina, 2018) Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap destinasi wisata apabila menginginkan produk wisata yang dihasilkan dapat bersaing. Adanya hubungan timbal balik antara destinasi wisata dengan konsumen dalam hal ini wisatawan akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi wisatawan. Maka, destinasi wisata dapat memberikan kinerja yang baik untuk mencapai kepuasan wisatawan melalui cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalisir pengalaman yang kurang menyenangkan wisatawan dalam mengkonsumsi produk (Tumuju et al., 2022; Wardana & Parwati, 2021). Kualitas produk merupakan masalah penting yang harus diupayakan oleh setiap perusahaan agar produk jadi dapat bersaing di pasar (Evalia et al., 2022). Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dan konsumen memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dalam persepsi konsumen. Dengan demikian, perusahaan pemasok produk dapat memberikan hasil yang baik bagi kepuasan konsumen dengan cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman yang merugikan konsumen ketika mengkonsumsi produk tersebut.

Minat beli (*purchase intention*) mengacu pada kecenderungan konsumen yang tertarik dan kemudian melakukan tindakan terkait pembelian melalui berbagai tahapan dan kesempatan hingga kesempatan untuk membeli produk, jasa atau merek tertentu. Minat beli merupakan keinginan yang timbul dalam diri konsumen terhadap suatu produk sebagai hasil dari proses mengamati konsumen dan mengenal produk tersebut (Nurhasah et al., 2018; Sudarmawan et al., 2022). Konsumen yang tertarik untuk membeli suatu produk menunjukkan perhatian dan kenikmatan terhadap produk tersebut, diikuti dengan realisasi dalam bentuk perilaku pembelian. minat pembelian menjadi tahap akhir dari proses keputusan pembelian yang kompleks. Proses ini diawali dengan munculnya kebutuhan akan suatu produk atau merek (*excitement need*), kemudian dilakukan pengolahan informasi oleh konsumen (*consumer information processing*), selanjutnya konsumen mengevaluasi produk atau merek tersebut. Hasil evaluasi ini pada akhirnya mengarah pada niat atau niat untuk membeli sebelum konsumen benar-benar melakukan pembelian (Tumuju et al., 2022).

Desa Penglipuran merupakan salah satu desa yang ada di Bali yang ditetapkan sebagai desa wisata oleh kementerian pariwisata karena memiliki potensi wisata budaya yang masih terjaga. Potensi wisata yang ada di desa wisata penglipuran diantaranya bangunan atau gapura yang ada di depan rumah warga yang seragam, budaya masyarakat lokal dan juga produk-produk masyarakat lokal yang dijadikan produk wisata untuk mendukung keberadaan desa wisata tersebut. Beberapa produk yg merupakan produk UMKM seperti produk berbahan bambu, kerajinan, makanan dan minuman. Dengan adanya produk – produk UMKM di Desa Wisata penglipuran diharapkan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat di desa melalui pengembangan pariwisata. Kunjungan wisatawan khususnya wisatawan domestic ke desa wisata penglipuran meningkat drastis pasta covid 19. Hal ini juga berpengaruh terhadap permintaan produk – produk UMKM desa wisata penglipuran juga meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas prosuk UMKM terhadap minat beli wisatawan domestik di desa wisata penglipuran.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2012:49) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas produk merupakan gambaran seluruh dimensi produk yang ditawarkan dan menghasilkan manfaat dan nilai bagi konsumen (Tjiptono & Chandra, 2012).

### **ndikator Kualitas Produk**

Menurut Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2012) kualitas produk dapat diukur melalui beberapa dimensi sebagai berikut.

1. Kinerja (*performance*)

Karakteristik operasi dasar dari suatu produk. Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut yang dapat diukur dan aspek-aspek kinerja individu lainnya. Kinerja juga dapat diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap manfaat dasar yang digunakan misalnya kemudahan dan kenyamanan yang diperoleh.

2. Fitur (features)

Karakteristik pelengkap khusus yang bisa menambah pengalaman produk. Fitur diartikan sebagai fungsi tambahan yang dapat menambah kelebihan produk atau keistimewaan yang dimiliki produk. Dalam hal ini fitur biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing individu yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk.

3. Keandalan (reliability)

Keandalan produk yang dinyatakan dengan kualitas produk tersebut. Keandalan suatu produk dapat dilihat pada saat pemakaian ketika tidak mengalami gangguan atau masalah teknis.

4. Konformansi (conformance) Sejauh mana operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu. Dimensi ini melihat kualitas produk dari sisi apakah bentuk, ukuran, warna, berat dan lain-lain sesuai dengan yang diinginkan dan apakah pengoperasiannya sesuai dengan standard yang ditentukan.

5. Daya tahan (durability)

Secara teknis daya tahan didefinisikan sebagai sejumlah kegunaan yang diperoleh sebelum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu.

### **Minat Beli**

Minat beli merupakan faktor pengambilan keputusan dari konsumen terhadap suatu produk yang akan dibeli. Setiap daerah berkepentingan untuk memacu daya tarik pariwisata sehingga menjadi daerah tujuan wisata yang mampu menggerakkan basis ekonomi lokal yang bersifat kerakyatan (Ramadoni & Rumorong, 2019). Sedangkan Menurut Ferdinand (2002), minat beli dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis dan tingkatan (Wardana et al., 2022), yaitu:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Hal ini bermaksud yakni konsumen telah memiliki minat untuk melakukan pembelian suatu produk tertentu yang ia inginkan.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Hal ini bermaksud yakni seorang konsumen yang telah memiliki minat untuk membeli akan menyarankan orang terdekatnya untuk juga melakukan pembelian produk yang sama.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, yaitu menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

### **UMKM**

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, disebutkan bahwa pengertian UMKM didefinisikan sesuai dengan jenis usahanya, yaitu:

1. Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

2. Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung

maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

### 3. Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

### 4. Usaha Besar

Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

## METODE

Penelitian ini dilakukan pada desa wisata penglipuran dari bulan Juli sampai dengan Agustus tahun 2022. Desa Wisata Penglipuran terletak di Kecamatan Bangli, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali dengan luas wilayah 112 Ha dengan penggunaan wilayah berupa pertanian 50 Ha untuk lahan pertanian, hutan bambu 45 Ha, hutan kayu 4 Ha, pemukiman 9 Ha, tempat suci 4 Ha dan fasilitas umum. wisatawan perlu membayar tiket masuk seharga Rp 15 ribu untuk dewasa dan Rp 10 ribu untuk anak-anak di atas 2 tahun khusus untuk wisatawan lokal. Sedangkan untuk wisatawan mancanegara dikenai harga Rp 30 ribu untuk orang dewasa dan Rp 25 ribu untuk anak-anak.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang dikumpulkan berupa angka atau numerik. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian yang dilakukan melalui pengamatan langsung (*observasi*), *questioner* (angket) dan wawancara dan data sekunder yaitu informasi yang diperoleh dari buku dan situs internet (Sugiyono, 2013).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Observasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran (Abdurrahman, 2011),
2. wawancara yakni teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah , artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai (Abdurrahman, 2011).,
3. Studi kepustakaan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan ( Sugiyono, 2005).,
4. Kuesioner yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sample. Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2019:143) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan ukuran sampel menurut Sugiyono (2019:143) dimana analisis yang digunakan adalah multivariate dengan korelasi atau regresi berganda maka, jumlah anggota sampel diambil 20 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Variabel dalam penelitian ini ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = 20 X 5 variabel = 100. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner tipe pilihan yang artinya tamu yang

menginap yang menjadi responden diberikan alternatif jawaban yang telah disediakan dengan menggunakan skala likert. Jawaban setiap item instrument mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif dengan nilai perhitungan sebagai berikut :

$$\frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} = \text{Selisih Nilai Perkategori}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

Berdasarkan rumus interval yang dijelaskan sebelumnya maka dapat disusun kategori sikap responden seperti Tabel 2 berikut ini:

**Tabel 1. Kategori Penilaian Skala Likert**

No	Pilihan Jawab	Skor	Interval
1	Sangat Setuju	5	4,21 – 5,00
2	Setuju	4	3,41 – 4,20
3	Kurang Setuju	3	2,61 – 3,40
4	Tidak Setuju	2	1,81 – 2,60
5	Sangat Tidak Setuju	1	1,00 – 1,80

Sumber: Hasil Modifikasi Skala Likert (Kusmayadi & Endar, 2000:94)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif yaitu mengolah data dengan mentabulasi, menghitung dan menguji dengan menggunakan bantuan software SPSS. Adapun uji instrument yang digunakan yakni :1) Uji validitas yakni validitas menentukan alat ukur tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur., 2) Uji reliabilitas yaitu uji reliabilitas atau keandalan intsrumen menentukan sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten bila dilakukan pengukuran kembali dengan gejala yang sama., 3) Uji normalitas digunakan untuk menguji model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak., 4) Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melakukan prediksi seberapa besar nilai variabel dependent jika nilai independent dirubah., 5) Uji t-test untuk menguji apakah masing-masing variabel independen berpengaruh pada variabel dependen, dan 6) Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik responden

Hasil penelitian yang dilaksanakan, dapat dijelaskan gambaran mengenai responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan.

#### 1) Responden Berdasarkan Umur

Komposisi responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 2. Karakteristik Menurut Umur Responden

Umur (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase
17 - 27	54	54%
28 - 38	32	32%
39 - 49	14	14%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Kuesioner 2022

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa responden umur 17 - 27 tahun sebanyak 54 orang (44%) merupakan jumlah tertinggi dibandingkan dengan kelompok umur yang lain.

#### 2) Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase
Laki-Laki	47	47%
Perempuan	53	53%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Hasil Kuesioner 2022

Berdasarkan Tabel 3 dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan responden perempuan walaupun perbedaan jumlah tersebut tidak signifikan.

### 3) Responden Berdasarkan Pendidikan

Komposisi responden apabila diklasifikasikan berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah (orang)	Presentase
SMA/SMK	68	68 %
Diploma	22	22 %
Sarjana	10	10 %
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber : Hasil Kuesioner 2022

Berdasarkan Tabel 4, dapat dilihat bahwa, jumlah responden yang pendidikan SMA/SMK lebih banyak dari pada tingkat pendidikan lainnya.

### Hasil Penilaian Responden

Tabel 6. Hasil Penilaian Responden Kualitas Produk UMKM

No	Indikator variabel	Sekor Frekuensi Pernyataan					Total Sekor	Jumlah Responden	Rata-rata sekor	Ket
		SS	S	KS	TS	STS				
		5	4	3	2	1				
1	Produk UMKM desa wisata penglipuran memiliki fitur tambahan yang dapat menambah kelebihan produk atau keistimewaan yang dimiliki produk UMKM	45	48	6	1	0	437	25	4,37	Sangat baik
2	Produk UMKM desa wisata penglipuran memiliki desain produk yang menarik	63	35	2	0	0	461	25	4,61	Sangat baik
3	Produk UMKM desa wisata penglipuran sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan	66	31	2	1	0	462	25	4,62	Sangat baik

4	Produk UMKM desa wisata penglipuran dapat bertahan dalam waktu yang lama	34	49	15	2	0	415	25	4,15	Baik
<b>Total</b>		<b>208</b>	<b>163</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1.775</b>	<b>125</b>	<b>17,15</b>	<b>Sangat baik</b>
<b>Rata - rata</b>		<b>52</b>	<b>40,75</b>	<b>6,25</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>355</b>	<b>25</b>	<b>4,29</b>	

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa Kualitas Produk UMKM secara menyeluruh mendapatkan skor 4,29 yang berada pada kriteria sangat setuju. Skor tertinggi beradapada indikator “Produk UMKM desa wisata penglipuran sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan” (4,62). Skor terendah berada pada indikator “Karyawan memiliki kemampuan untuk melakukan setiap pekerjaan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab serta kapasitas di dalam perusahaan” (4,15).

**Tabel 7. Hasil Penilaian Responden terhadap Minat Beli Wisatawan Domestik**

No	Indikator variabel	Sekor Frekuensi Pernyataan					Total Sekor	Jumlah Responden	Rata-rata sekor	Ket
		SB	B	KB	TB	STB				
		5	4	3	2	1				
1	Saya akan memprioritaskan produk umkm di desa wisata penglipuran sebagai pilihan utama saat berwisata di Bali	31	43	15	1	0	374	25	3,74	Baik
2	Saya akan memberikan tanggapan positif terhadap produk umkm di Desa Wisata Penglipuran	34	57	9	0	0	425	25	4,25	Sangat Baik
3	Saya tertarik untuk membeli setiap produk umkm yang ada di Desa Wisata Penglipuran	26	55	13	6	0	401	25	4,01	Baik
4	Saya akan mencari informasi terkait produk umkm di desa Wisata Penglipuran sebelum membeli produk tersebut	22	54	19	5	0	393	25	3,93	Baik
<b>Total</b>		<b>113</b>	<b>209</b>	<b>56</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>1.979</b>	<b>125</b>	<b>15,93</b>	<b>Baik</b>
<b>Rata - rata</b>		<b>27,75</b>	<b>52,25</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>395.8</b>	<b>25</b>	<b>3,98</b>	

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa Minat Beli Wisatawan Domestik meunjukkan hasil baik. Hasil tabulasi responden secara menyeluruh mendapatkan skor 3,98 yang berada pada kriteria baik. Skor tertinggi beradapada indikator “Saya akan mencari informasi terkait produk umkm di desa Wisata Penglipuran sebelum membeli produk tersebut” (4,25).

### Hasil Uji Instrumen

Uji instrument penelitian ini dilakukan dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, koefisien deterinasi, uji hipotesis (Uji t-test). Instrumen yang diuji adalah kuesioner yang berisi 8 pernyataan. Sebuah instrumen dianggap memiliki validitas yang tinggi jika instrumen tersebut benar-benar dapat dijadikan alat untuk mengukur sesuatu secara tepat. Selanjutnya uji reliabilitas untuk mengetahui instrument reliabel bila mampu mengukur sesuatu dengan hasil yang konsisten. Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau yang mendekati normal. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yaitu pengaruh promosi *staycation* terhadap produktivitas. Sedangkan uji hipotesis (uji t-test) dilakukan secara parsial terhadap parameter dilakukan dengan menggunakan uji ttest. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi perbedaan 2 buah *mean* yang berasal dari 2 buah distribusi atau menguji secara parsial masing-masing setiap variabel dengan membandingkan nilai t-hitungdengan t-tabel.

### Uji Validitas

Uji validitas menentukan alat ukur tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017:203). Uji validitas dapat dilakukan terhadap data yang didapatmelalui kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk menguji hasil kuesioner agar dapat dikatakan valid. Indikator yang diukur yakni indikator promosi *staycation* (X) dan keputusan tamu menginap (Y). pada penelitian ini data diolah menggunakanbantuan program SPSS for Windows versi 23.0. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0.05. Item pada kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r-hitung yang dimiliki tiap indikator lebih besar daripada r-tabel ( $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ). Uji validitas dilakukan pada 100 responden. Hasil uji validitas dapat dilihat berdasarkan tabel 8 berikut.

**Table 8. Uji Validitas**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk (X)	X1	0.455	0.1946	VALID
	X2	0.782	0.1946	VALID
	X3	0.639	0.1946	VALID
	X4	0.532	0.1946	VALID
Minat Beli (Y)	Y1	0.588	0.1946	VALID
	Y2	0.503	0.1946	VALID
	Y3	0.782	0.1946	VALID
	Y4	0.853	0.1946	VALID

Sumber : Hasil output SPSS 2022

Berdasarkan pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa r-hitung indikator yang diuji dalam penelitian ini keseluruhan menghasilkan nilai positif dan lebih besar dari nilai r-tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan indikator dalam kuesioner ini dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau keandalan instrumen menentukan sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten bila dilakukan pengukuran kembalidengan gejala yang sama (Sugiyono, 2017:209). Rumus mengenai uji reliabilitas menggunakan rumus *Cronbach Alpha* > 0.60 yang diolah menggunakan bantuan program SPSS (*Statistic Package of Social Science*) for Windows 23.0. Uji reliabilitas adalah pengujian yang mengukur tingkat konsisten atau kestabilan data kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach' alpha* > 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Table 9. Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbatch's Alpha</i>	Hasil
1	Kualitas Produk (X)	0.695	Reliabel
2	Minat Beli (Y)	0.734	Reliabel

Sumber : Hasil output SPSS 2022

Hasil penelitian reliabilitas dari variabel bebas maupun variabel terikat dalam penelitian ini menunjukkan koefisien yang lebih besar dari 0.60 sehingga dapat disimpulkan variable bebas maupun varibel terikat sudah reliabel.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau yang mendekati normal. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *statistic Kolmogorov-Smirnov* atau K-S dengan bantuan program SPSS (*Statistic Package of Social Science*) for Windows versi 23.0.

**Tabel 10. Hasil Uji Normalitas.**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	1.66000406
Most Extreme	Absolute	.128
Differences	Positive	.096
	Negative	-.128
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber : Hasil output SPSS 2022

Hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test* menunjukkan bahwa berdasarkan nilai Sig (2-tailed), dapat dilihat bahwa sig (2-tailed) (0,200) > dari *level of significant* (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli.

### Analisis Regresi Sederhana

Analisis hasil regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebaskulaitas produk (X) terhadap satu variabel tak bebas minat beli (Y) apakah positif atau negatif untuk memprediksi besaran nilai dari variabel terikat (dependent).

**Table 11. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.973	2.085		12.946	.000
	Kualitas produk	.862	.166	.700	5.186	.000

Sumber : Hasil output SPSS 2022

Berdasarkan Tabel 11 diperoleh hasil  $Y = 1.973 + 0.862 X$ , persamaan yang diperoleh dapat menjelaskan pola pengaruh kualitas produk (X) terhadap variabel terikat minat beli (Y) sebagai berikut:

1. *Constanta* ( $\alpha$ ) = Y adalah besaran nilai variabel dependent (kinerja), yaitu sebesar 1.973.
2. *Koefisien regresi* ( $b$ ) = 0.864 yang mengartikan besaran nilai yang dipengaruhi oleh variabel independent (kualitas produk)
3. Kesimpulannya adalah bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk UMKM terhadap minat beli wisatawan domestik di desa wisata penglipuran. Bila X (kualitas produk) bertambah sebesar 1 (satu) satuan, maka nilai Y (minat beli) akan meningkat sebesar 0.862 atau 86%.

### Hasil Uji Hipotesis (Uji t-test)

Pengujian yang dilakukan secara parsial terhadap parameter dilakukan dengan menggunakan uji t-test. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi perbedaan 2 buah mean yang berasal dari 2 buah distribusi atau menguji secara parsial masing-masing setiap variabel dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel. Dasar pemikiran Uji t dalam penelitian ini, yakni :

- 1)  $H_a$  = Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X) terhadap minat beli (Y).
- 2)  $H_0$  = Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (X) minat beli (Y).

**Tabel 12. Hasil Uji t**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.973	2.085		12.946	.000
	Kualitas produk	.862	.166	.700	5.186	.000

Sumber : Hasil output SPSS 2022

Berdasarkan Tabel 12 dapat dilihat bahwa hasil uji - t dalam penelitian ini variabel bebas memiliki taraf signifikansi kualitas produk (X) sebesar 0,000. Pengaruh nyata kualitas produk terhadap minat beli diuji dengan distribusi t dengan menggunakan *level of significant* 5 %, serta *degree of freedom* ( $df$ )=  $100-1-1 = 98$ .

Keterangan :

$\alpha$  = signifikansi = 0,05

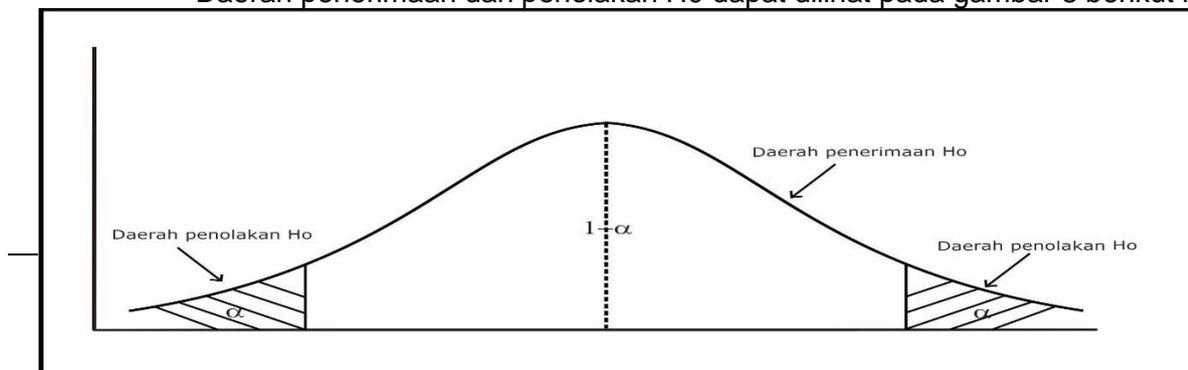
n = Jumlah responden

K = Jumlah variabel bebas

Sehingga mendapatkan hasil :

t-tabel =  $(0,05 / 2 ; 100 - 1 - 1)$  t-tabel=  $(0,025 ; 98)$

Daerah penerimaan dan penolakan  $H_0$  dapat dilihat pada gambar 3 berikut ini:



Sumber : Hasil pengolahan data 2022

$t_{tabel} = 1.984$     $t_{hitung} = 5.186$

Gambar 3. Dearah penerimaan dan penolakan H0

Berdasarkan kurva diatas, maka diperoleh kualitas produk  $t_{hitung} (5.186) > t_{tabel} (1.984)$  ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk UMKM terhadap minat beli wisatawan domestic di desa wisata penglipuran.

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase dari pengaruh variabel independe terhadap variabel dependen.

**Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi :**

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.562 <sup>a</sup>	.361	.295	.823

Sumber : Hasil Output SPSS 2022

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa terdapat hubungan antara kualitas produk dengan minat beli sebesar 0.562 atau 56,2% yang berarti bahwa nilai korelasi kualitas produk dengan minat beli berada pada tingkat sedang atau kategori sedang. Selanjutnya untuk koefesien determinan menunjukkan hasil sebesar 0,316 atau 31,6 %. Nilai koefesien determinan menunjukkan bahwa variabel kulaitas produk memberikan kontribusi sebesar 31,6 % dalam mempengaruhi minat beli, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga kualitas produk yang dimiliki oleh UMKM di desa wisata penglipuran dapat dijadikan produk unggulan bagi wisatawan domestic yang berkunjung ke desa wisata penglipuran.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas produk UMKM terhadap minat beli wisatawan domestic di desa wisata penglipuran maka dapat disimpulkan bahwa : 1). variabel kualitas produk (X) menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variable minat beli (Y) di desa wisata penglipuran. 2). variabel kualitas produk UMKM memberikan kontribusi sebesar 31,6 % terhadap minat beli wisatawan domestic di desa wisata penglipuran

### DAFTAR PUSTAKA

- Adi, K., & Oktarina, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada Perusahaan Mebel Ud. Lumintu Tegalsari - Ambulu. *Majalah Ilmiah DIAN ILMU*, 16(1), 48–59. <https://doi.org/10.37849/midi.v16i1.63>
- Evalia, A., Wardana, M. A., & Sudarmawan, I. W. E. (2022). Pengaruh Pemberian Insentif Perjalanan Wisata terhadap Motivasi dan Kinerja Agen Asuransi: Studi pada PT. AXA Financial Indonesia Sales Office Cabang Solo. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(3), 362–371.
- Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(3), 250. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i3.22069>
- Ramadoni, W., & Rumorong, N. E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Harga Terhadap Minat Beli Wisatawan ke Yogyakarta (Studi Kasus Pada Wisatawan yang Menggunakan Jasa Pada CV Hosanna Global Partner). *Jurnal Eksekutif*, 16(2), 279–294.
- Sudarmawan, I. W. E., Wardana, M. A., & Purnantara, I. M. H. (2022). Stress Coping Mediates

- Between Social Support and Religiosity Against Family Resilience in Driver Travel Agents in Sanur. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 4013–4022.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Tumuju, N. S., Soegoto, A. S., & Rogi, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen DI PT. Deho Canning Company Bitung. *Jurnal EMBA*, 10(1), 78–90.
- Wardana, M. A., Mahendra, I. W. E., Semara, I. M. T., Wijaya, N. S., & Lestari, D. (2022). EXTENDED THEORY OF PLANED BEHAVIOUR: KEPERCAYAAN MENINGKONTRUKSI PERILAKU BERWISATA WISATAWAN PADA MASA PANDEMI COVID 19. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(2), 1535–1546.
- Wardana, M. A., & Parwati, K. S. M. (2021). Integrasi faktor niat berkunjung wisatawan lokal di bali pada masa pandemi covid 19. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 12(1), 50–58.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM