

## **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Produk Lemari Es Merek *Sharp* di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang (Studi pada Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kutianyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan)**

**Tegu Ahmad Satria<sup>1</sup>, O.P.Bismark<sup>2</sup>, Isyuliardi Maas<sup>3</sup>, Dakhyar<sup>4</sup>, Zulsantoni<sup>5</sup>, Arjuna<sup>6</sup>**

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Program Studi S1 Manajemen, STIE Widyaswara Indonesia

e-mail: infostie.wi@gmail.com

### **Abstrak**

Salah satu faktor yang perlu diperhatikan dalam memenuhi minat beli adalah kualitas produk, begitu juga halnya dengan faktor kualitas produk yang akan dijual pada Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1). Bagaimana gambaran umum kualitas produk terhadap minat beli di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu. (2). Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Produk Lemari Es Merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu. Penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu satu variabel *independents* (X) yaitu kualitas produk dan variabel dependens (Y) yaitu minat beli. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *ex post facto* dengan populasi semua orang yang telah membeli lemari Es merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan. Teknik pengambilan sampel  $\pm 50$  orang pelanggan. Untuk memperoleh instrumen yang *valid* dan *reliabel* dilakukan uji *validitas* dan uji *realibilitas*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dan melakukan uji asumsi klasik dengan menggunakan program SPSS *for windows* 25 dengan  $\alpha$  0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kualitas produk di Toko elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan sangat baik. (2) Minat beli lemari Es merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan cukup baik. (3) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat beli lemari Es merek Sharp di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan di mana  $t$  hitung besar dari  $t$  tabel ( $5,085 > 1,676$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Minat Beli

### **Abstract**

One of the factors that need to be considered in meeting buying interest is product quality, as well as the product quality factor at which will be sold the Saribu Rumah Gadang Electronics Store in Kuti anyir Pasir Talang, Sungai Pagu District, South Solok Regency. This study aims to find out: (1). What is the general description of product quality towards buying interest at the Saribu Rumah Gadang Electronics Store in Kuti Anyir Pasir Talang, Sungai Pagu District. (2). To find out the effect of product quality on the interest in buying Sharp Brand Refrigerator Products at the Saribu Rumah Gadang Electronics Store in Kuti Anyir Pasir Talang, Sungai Pagu District. This study consists of 2 variables, namely one independent variable (X) namely product quality and a

dependent variable (Y), namely buying interest. This research was conducted with a quantitative approach with an ex post facto type of research with the population of everyone who has bought Sharp brand refrigerators at Saribu Electronics Store Rumah Gadang in Kuti Anyir Pasir Talang, Sungai Pagu District, South Solok Regency. Sampling technique  $\pm 50$  customers. To obtain valid and reliable instruments, validity tests and reliability tests are carried out. The data analysis technique uses simple linear regression analysis and performs a classical assumption test using the SPSS for windows 25 program with a 0.05. The results showed that: (1) The quality of products at the Saribu Rumah Gadang electronics store in Kuti Anyir Pasir Talaang, Sungai Pagu District, South Solok Regency is very good. (2) The interest in buying Sharp brand refrigerators at the Saribu Rumah Gadang Electronics Store in Kuti Anyir Pasir Talang, Sungai Pagu District, South Solok Regency is pretty good. (3) Product quality has a significant effect on the interest in buying Sharp brand refrigerators in Kuti Anyir Pasir Talang, Sungai Pagu District, South Solok Regency where  $t$  counts large from  $t$  table ( $5,085 > 1,676$ .) so that  $H_a$  is accepted and  $H_0$  is rejected.

**Keywords:** *Product Quality, Buying Interest*

## PENDAHULUAN

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia, sementara disisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang makin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Dengan kondisi tersebut, maka peran aspek pemasaran sangat menunjang daya saing perusahaan dalam mengantisipasi kondisi persaingan tersebut, utamanya dalam tujuan memenuhi kebutuhan konsumen.

Globalisasi telah mengubah secara drastis pola produksi dari perusahaan-perusahaan multinasional. Sejalan dengan adanya perubahan tersebut, kerjasama multilateral dan regional semakin banyak dikembangkan guna mengantisipasi perkembangan yang sedang dan akan terjadi di masa mendatang. Dewasa ini gejolak moneter, kenaikan bahan bakar minyak (BBM), musibah bencana alam, maraknya aksi demonstrasi dan berbagai kejadian lain menyebabkan perekonomian Indonesia menjadi tidak menentu dan tidak stabil (Watmadihardja, 2006). Hal ini mengakibatkan aktivitas perdagangan di Indonesia menjadi lesu sehingga permintaan akan barang menjadi turun drastis dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, khususnya permintaan akan barang-barang elektronik seperti TV, DVD, Lemari es, Ac, magicjar, dan lain-lain. Tingginya harga-harga sebagai *multiplier effect* harga BBM, diakui mendorong inflasi yang mencapai posisi tertinggi dalam empat tahun terakhir.

Terkait dengan situasi tersebut, strategi pemasaran menjadi prioritas utama yang harus dimiliki setiap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Pada dasarnya, tujuan toko menganut konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Untuk itulah diperlukan strategi pemasaran yang efektif yang berorientasi utama kepada konsumen. Salah satu strategi pemasaran pada toko yang akan digunakan yaitu meletakkan barang sesuai dengan merek dan ukuran produk tersebut agar konsumen tidak kesulitan dalam mencari produk yang diinginkan. Berdasarkan itu semua tidak terlepas juga dengan kualitas produk yang dimilikinya, sehingga nantinya tidak mengecewakan konsumen yang menggunakan.

Penelitian ini dilakukan di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir, banyaknya toko-toko yang menjual barang Elektronik seperti menjadikan pesaing yang ketat, namun posisi Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di benak konsumen sebagai Toko Elektronik terbesar dan lengkap di Muara Labuh menjadikan keunggulan tersendiri di bandingkan dengan pesaing-pesaing lain. Banyaknya pesaing yang berpotensi memasuki pasar merupakan tantangan yang harus di hadapi oleh Toko Lemari es atau

kulkas merupakan perlengkapan rumah tangga cukup vital untuk menjaga bahan makanan tetap segar dan terlindungi. Alat ini dapat menjaga sayuran tetap hijau, daging tetap segar dan tahan lama, susu tetapi layak dikosumsi dan tidak basi, dan masih banyak lagi manfaat lainnya. Di dalam penelitian ini, objek yang menjadi penelitian adalah lemari es merek Sharp, produk lemari es ini juga banyak digemari oleh konsumennya. Akan tetapi terlepas dari semua itu masih ada fenomena yang terjadi yaitu masalah kartu garansi yang diberikan oleh toko.

Berdasarkan fenomena di atas menunjukkan bahwa hal-hal seperti itulah yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar tidak mengecewakan konsumennya, apalagi jika kartu garansi tersebut hanyalah janji-janji belaka, hal ini juga didukung dengan data *Top Brand Index* (TBI) produk lemari es, sebagai berikut:

**Tabel 1.1. Data Top Brand Index Lemari Es Tahun 2019-2021**

Produk	Top Bran Index		
	2019	2020	2021
Sharp	28,8%	31,8%	30,0%
Samsung	10,1%	8,8%	12,1%
LG	21,8%	20,7%	21,8%
Panasonic	9,0%	7,1%	7,9%
Politron	9,6%	10,2%	12,3%

Sumber: [www.topbrand.com](http://www.topbrand.com).2023.

Berdasarkan hasil survei di atas menunjukkan bahwa dari tahun 2019 hingga tahun 2021, lemari es merek Sharp mengalami naik turun hasil penjualan diseluruh Negara Indonesia atau bisa dibilang tidak stabil dilihat dari presentase tersebut yaitu tahun 2019 sebesar (28,8%), tahun 2020 mengalami peningkatan sekitar (3%), dan pada tahun 2021 mengalami penurunan dari tahun 2020 yang berkisar sebesar (1,8%) akan tetapi itu semua tidak mempengaruhi terhadap minat beli konsumen, atau sudut pandang terhadap merek dari produk tersebut. Bahkan tetap menjadi *Top Brand Index*. Indikasi lain yang menunjukkan bahwa minat beli terhadap lemari es merek Sharp mengalami kenaikan sebab dari produknya sendiri mudah untuk dicari saat mengalami kerusakan berbeda dengan merek yang lain, kemudian model dari lemari es tersebut memiliki inovatif, sehingga konsumen berminat dalam membeli produk tersebut.

Berikut adalah data mengenai penjualan Lemari Es Merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang, sebagai berikut:

**Tabel 1.2 Data Penjualan Lemari Es Merek Sharp Tahun 2019-2021**

Produk	Penjual (dalam unit )		
	2019	2020	2021
Sharp	28	32	45

Sumber: Toko Elektronik Seribu Rumah Gadang, 2023

Berdasarkan data penjualan di atas menunjukkan bahwa minat konsumen dalam membeli produk lemari es merek Sharp dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari tabel di atas bahwa untuk tahun 2019 penjualan lemari es Sharp sekitar 28 unit terus di tahun 2020 penjualan naik berkisar 32 unit, kemudian tahun

2021 penjualannya terus meningkat 45 unit, Kenaikan penjualan tersebut disebabkan juga karena persaingan yang bisa dibilang tidak terlalu ketat, kenapa bisa dibilang demikian karena jarak toko dengan pesaing yang lain cukup jauh berkisar 3 km-5 km, maka demikian tidakterlalu mempengaruhi terhadap hasil penjualan.

Hal ini dapat terjadi disebabkan karena keunggulan produk yang disampaikan sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya, sehingga bagi konsumen yang datang untuk membeli produk ini tidak akan meragukan kebenarannya, selain itu upaya pemilik toko untuk mengenalkan merek produk ke konsumen dengan berbagai inovasi, misalnya dalam bentuk varian yang berbeda, dengan begitu konsumen akan mempunyai alternatif pilihan dalam membeli produk tersebut yang mana produk lemari es yang bermerek Sharp ini jika mengalami kerusakan, maka dengan mudah untuk mencari pengganti alat yang mengalami kerusakan, berbeda dengan merek lemari es yang lain yang dimana jika mengalami kerusakan kemungkinan akan sulit untuk memperbaiki karena untuk menemukan alat penggantinya sangat minim atau bisa dibilang sangat susah untuk mencarinya khususnya di daerah Solok Selatan.

Oleh karena itu agar produk yang ditawarkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan mempunyai nilai yang lebih dibandingkan para pesaingnya, maka produsen perlu memperhatikan kualitas produknya yang merupakan unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan. Atribut produk meliputi kualitas, merek, kemasan, jaminan, pelayanan dan lain-lain. **Tjiptono, (2008:103 )**.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *ex post facto*, yakni suatu penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel *independents* (bebas), yakni kualitas produk dan variabel *dependents* (terikat), yakni minat beli pada produk lemari es merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang

### **Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan pada bulan September 2022.

### **Populasi**

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti investigasi (Sekaran, 2006: 121). Dalam penelitian ini populasi adalah semua orang yang telah membeli alat lemari Es di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.

### **Sampel**

Adalah sebagian dari populasi. Sampel terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi (Sekaran, 2006: 123). Penentuan sampel didasarkan pada teknik insidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan siapa saja yang ditemui itu yang dijadikan sebagai sampel dengan penentuan besar sampel berjumlah  $\pm 50$  orang.

### **Jenis dan Sumber Data**

Berdasarkan sifatnya jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, karena data yang digunakan berbentuk angka-angka yang akan dianalisis dengan perhitungan statistik.

Berdasarkan sumbernya, data yang ada dalam penelitian ini ada 2 (dua) jenis, yaitu:

#### **a. Data Primer**

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh peneliti (Umar, 2011: 42). Dalam penelitian ini nantinya akan dikumpulkan langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner dengan menyiapkan daftar pertanyaan yang berhubungan dengan variabel penelitian

yang terdiri dari variabel *independents* (bebas), yakni kualitas produk dan minat beli terhadap variabel *dependents* (terikat), yakni keputusan pembelian lemari Es di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram- diagram ( Umar, 2011:42 ). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari pengusaha atau pemilik Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Nagari Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.

**Teknik Pengumpulan Data**

a. Observasi

Observasi adalah teknik yang menuntut adanya pengamatan dari sipeneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelian (Umar, 2011: 51). Pada pengamatan langsung di lokasi penjualan alat elektronik di Kuti Anyir Pasir Talang Barat Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan sekaligus mencermati fenomena-fenomena yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Angket (kuesioner)

Teknik angket merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut (Umar, 2011:49). Dalam penelitian ini peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan model pertanyaan-pertanyaan yang bersifat tertutup dengan alternatif jawaban berupa skala.

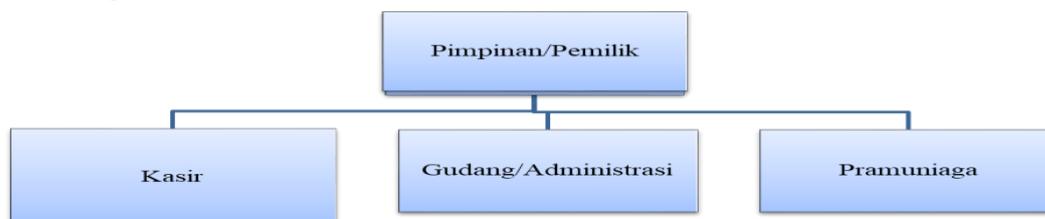
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Sejarah Singkat Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang**

Toko Elektronik Seribu Rumah Gadang diawali dari berdirinya Mini Market Seribu Rumah Gadang pada tanggal 28 Maret 2008. Pada awal berdirinya bertujuan memasarkan hasil *home industry* Kabupaten Solok Selatan, namun seiring berjalannya waktu tepatnya pada tahun 2018 kemudian muncul ide dari pemilik toko yaitu Bapak Hamdani Setian, S.T. untuk memperluas usahanya dengan menambah/menggabungkan penjualansembako dengan alat-alat listrik dan perabotan rumah tangga.

Dengan seiring berjalannya waktu, dilihat-lihat dari hasil pendapatan yang di peroleh dari hasil penjualan dari sembako tidak terlihat baik di bandingkan dengan alat elektronik disebabkan karna semakin banyaknya pesaing baru dan kurangnya pengontrolan terhadap barang sehingga banyak terdapat barang yang habis masa kadaluwarsanya yang berdampak pada keuntungan penjualan barang sembako, sedangkan pada hasil penjualan alat elektronik mendapatkan keuntungan yang besar/lebih baik dari penjualan sembako karna kurangnya pesaing,dan ditambah lagi tingkat kerugian dari barang kadaluwarsa sangat tipis dari alat elektronik dan juga mudah untuk dikendalikan,dan dilihat-lihat semakin besarnya minat konsumen terhadap alat elektronik, berdasarkan pertimbangan dari pemilik toko. Sehingga pada akhir tahun 2020 bapak Hamdani Setiawan, S.T. memfokuskan penjualan barang-barang elektronik.

**Struktur Organisasi**



### **Gambar 4.1 Struktur Organisasi**

Sumber : Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang 2023

#### 1. Pimpinan/ Pemilik Toko

Tugas pimpinan/pemilik toko adalah sebagai berikut:

- a. memberikan motivasi kepada karyawan hingga melakukan evaluasi kerja karyawan.
- b. Mengelola SDM di dalam Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang dengan baik
- c. Bertanggung jawab atas pencapaian target dan pengendalian biaya operasional
- d. Pemilik harus berpikir secara analitis dan konseptual.

#### 2. Tugas Kasir

- a. Menjalankan proses transaksi berupa penjualan serta pembayaran
- b. Melakukan pencatatan atas semua data dalam transaksi
- c. Membantu konsumen dalam memberikan suatu informasi mengenai suatu produk yang di jual
- d. Melakukan kegiatan transaksi dalam pelayanan terhadap pembelian
- e. Melakukan pemeriksaan atas total barang pada saat penerimaan barang
- f. Melakukan pencatatan kas dengan pelaporan kepada atasan.
- g. Melakukan pemeriksaan atas stok barang
- h. Menghitung secara teliti agar tidak terjadi selisih antar produk dan uang
- i. Melakukan pencatatan melalui pembukuan dengan baik dan benar
- j. Mampu menyapa konsumen dengan baik dan benar
- k. Kreatif dalam melayani konsumen
- l. Jujur dan andal, tepat, jujur
- m. Menarik dalam berkomunikasi

#### 3. Gudang/Administrasi

Tujuan Gudang Secara umum gudang diperlukan dengan empat tujuan sebagai berikut:

- a. Pengurangan biaya transportasi dan produksi
- b. Pengkoordinasian antara penawaran dengan permintaan
- c. Kebutuhan produksi
- d. Kebutuhan pasar

Manfaat Gudang Menurut Purnomo (2004:282) secara garis besar manfaat pergudangan antara lain adalah:

- a. Manufacturing support (pendukung proses produksi)
- b. Production mixing
- c. Sebagai perlindungan terhadap barang
- d. Dalam sistem pergudangan
- e. Sebagai persediaan

#### 4. Pramuniaga

Adapun tugas-tugas dari seorang pramuniaga antara lain sebagai berikut :

- a. Mendata barang yang ada di rak atau tempat barang
- b. Mendisplay barang pada gondola atau tempat barang
- c. Mempromosikan barang dagangan
- d. Mengepak produk
- e. Membuat laporan tentang penjualan

#### **Deskriptif Responden**

Responden dari penelitian ini adalah orang yang telah membeli lemari Es merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Nagari Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.1**

**Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Usia**

No.	Kelompok Usia (tahun)	Jumlah(orang)	Persentase (%)
1	20-30	13	26
2	31-40	18	36
3	≥40	19	38
Total		50	100

**Sumb: Sumber : data primer yang diolah, 2023**

Dari tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang berusia dengan rentang 20-30 tahun sebanyak 13 orang atau 26%, yang berusia dengan rentang 31-40 tahun sebanyak 18 orang atau 36%, dan yang berusia dengan rentang ≥ 41 tahun sebanyak 19 orang atau 38%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah(orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	32	64
2	Perempuan	18	36
Total		50	100

**Sumber: data primer yang diolah, 2023**

Dari tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang atau 64%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 18 orang atau 36%. Hal ini menunjukkan bahwa responden laki-laki lebih dominan dibanding responden perempuan.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

**Tabel 4.3 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah(orang )	Persentasi ( % )
1	PNS	9	18
2	Karyawan Swasa	16	32
3	Masyarakat Biasa	25	50
Total		50	100

**Sumber: data primer yang diolah, 2023**

Dari tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa respondens dalam penelitian ini yang pekerjaan Pns sebanyak 9 orang atau 18%, dan yang pekerjaan karyawan swasta sebanyak 16 orang atau 32%, sedangkan Masyarakat biasa sebanyak 25 orang atau 50%. Hal ini menunjukkan bahwa responden masyarakat biasa lebih dominan dibanding responden yang lain.

**Deskriptif Variabel Penelitian**

Sebagaimana telah dikemukakan sebelumnya penelitian ini terdiri dari satu variabel bebas yaitu kualitas produk ( X ), kemudian satu terikat yaitu minat beli ( Y ). Untuk memperoleh nilai secara keseluruhan dari masing-masing variabel dilakukan analisis deskriptif dengan jalan menyajikan data dalam tabel distribusi frekuensi, agar

diketahui masing-masing kategori jawaban dari setiap variabel dengan menentukan terlebih dahulu kriteria objektif.

Dari hasil pengolahan data dapat diketahui deskripsi dan distribusi jawaban responden sebagaimana akan diuraikan pada tabel distribusi frekuensi indikator pada variabel-variabel berikut.

1) Variabel Kualitas Produk ( X )

Dalam analisis data dapat dikemukakan deskripsi variabel penelitian seperti terlihat pada tabel distribusi frekuensi indikator pada variabel kualitas produk.

**Tabel 4.4** Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk

No	Indikator variabel	Kategori Jawaban										jumlah	Skor	Mean	TCR	Ket	
		SS		S		RR		KS		TS							
		Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%						
1	Kemudahan Pengguna	9	18	25	5	12	2	0	0	4	8	50	185	3,70	74,0	Baik	
2	DayaTahan	7	14	38	78	4	8	0	0	1	2	50	200	4,00	80,0	Baik	
3	Kejelasan Fungsi	6	13	24	46	18	34	2	4	0	0	50	183	3,68	73,6	Baik	
4	Keragaman Ukuran Produk	8	16	13	23	14	28	10	18	5	10	50	245	4,28	85,6	Sangat Baik	
Rerata															3,91	78,3	Baik

**Sumber Data : Hasil olahan data dari microsoft excel 2023**

Dari Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa rata-rata skor kualitas produk lemari Es merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang adalah sebesar 3,91 dengan tingkat capaian responden 78,3 % yang berada pada kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk lemari Es merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Nagari Pasir Talang baik.

Jika dilihat dari masing-masing indikator kualitas produk, maka untuk indikator yang paling rendah adalah kemudan pengguna belum masuk dalam kategori cukup baik.

2) Variabel Minat Beli (Y)

Dalam analisis data dapat dikemukakan deskripsi variabel penelitian seperti terlihat pada tabel distribusi frekuensi indikator pada variabel minat beli.

**Tabel 4.5** Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli ( Y )

No	Indikator variabel	Kategori Jawaban										jumlah	Skor	Mean	TCr	ket
		SS		S		RR		KS		TS						
		Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%					
1	Minat Transaksional	6	13	21	42	20	4	2	4	1	2	50	179	3,58	71,6	Baik
2	Minat Refrensial	6	8	26	52	13	24	2	4	0	0	50	175	3,50	70,0	Baik
3	Minat Preferensial	8	1	33	7	4	2	4	2	1	2	50	194	3,88	77,6	Baik
4	Minat Eksploratif	7	1	19	42	18	36	5	1	1	2	50	176	3,54	70,8	Baik

Rerata	3,62	72,5	Baik
--------	------	------	------

**Sumber Data : Hasil olahan data dari microsoft excel 2023**

Dari Tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa rata-rata skor kualitas produk lemari Es merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang adalah sebesar 3,62 dengan tingkat capaian respondent 72,5 % yang berada pada kriteria baik. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Beli lemari Es merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Nagari Pasir Talang bisa dibilang baik.

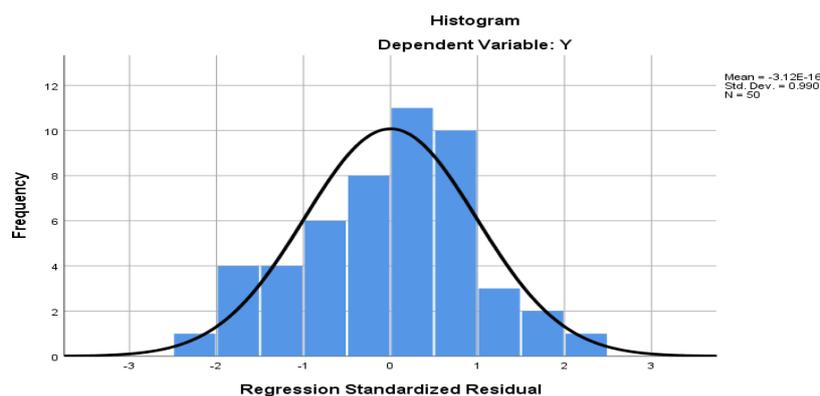
Jika dilihat dari masing-masing indikator kualitas produk, maka untuk indikator yang paling rendah adalah minat refrensial sudah masuk kedalam kategori cukup baik, akan tetapi masih memiliki nilai yang rendah.

**Analisis Induktif / Inferensial**

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam analisis regresi adalah data dan model regresi berdistribusi normal. Kenormalan data dapat dilihat dari kurva histogram, yaitu apabila kurva histogram yang diperoleh dari output SPSS ternyata diketahui memiliki kemiringan yang cenderung imbang, baik pada sisi kiri maupun sisi kanan, dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna itu berarti sebaran data yang ada menyebar merata kesemua daerah kurva normal. Dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada kurva berikut.

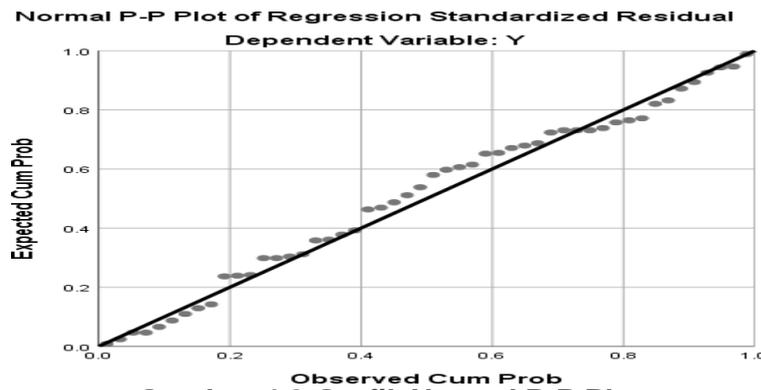


**Gambar 4.2** Histogram

Sumber Data : Hasil gambar dari olaha dari SPSS

Berdasarkan output histogram pada gambar 4.1 dapat diketahui bahwa kurva memiliki kemiringan yang cenderung imbang, baik sisi kiri maupun sisi kanan, dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang sempurna, ini berarti sebaran data yang ada menyebar merata ke semua daerah kurva normal dan dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal.

Kemudian kenormalan data juga dapat dilihat dari output normal p-p plot of Regression Standardized Residual yaitu apabila titik-titik berada dekat dengan garis diagonal makah model regresi berdistribusi normal, lebih jelasnya dapat dilihat pada grafik berikut.



**Gambar 4.3 Grafik Normal P-P Plot**  
**Sumber Data : Gambar hasil dari olahan SPSS 2023**

Dari kurva normal *P-P Plots* pada gambar 4.2 diketahui titik-titik data searah mengikuti garis diagonal maka dapat diartikan sebaran data terdistribusi secara normal.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4.6 Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Model 1	(Constant)	6.863	2.899		2.367	.022		
	X	-.113	.079	-.201	-1.425	.161	1.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS

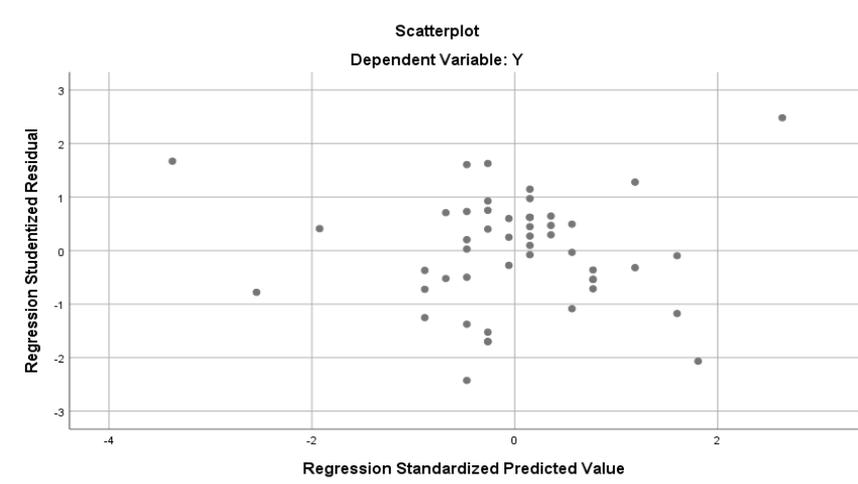
**Sumber Data : hasil olahan olahan SPSS 2023**

Dari output SPSS tersebut dapat diketahui beberapa hal sebagai berikut :

- a. Kualitas produk memiliki nilai *Tolerance* 1,000 > 0,01 dan nilai *Varian Inflation factor* ( VIF ) 1,000 < 10. Maka dapat disimpulkan kualitas produk tidak memiliki persoalan multikolinearitas.
- b. Harga memiliki nilai *Tolerance* 1,000 > 0,01 dan nilai *Varian Inflation Factor* ( VIF ) 1,000 < 10. Maka dapat juga disimpulkan bahwa minat beli tidak memiliki persoalan multikolinearitas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat pola gambar scatterplot.



**Gambar 4.3** Scatterplot  
**Sumber Data : Hasil gambar olahan dari SPSS 2023**

Output SPSS pada gambar 4.3 menunjukkan penyebaran titik-titik data sebagai berikut:

- c. Titik-titik data penyebaran di atas dan di bawah atau sekita angka nol.
- d. Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- e. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang, menyempit, kemudian melebar kembali.
- f. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa model regresi sederhana terbebas dari asumsi klasik heteroskedestisitas dan layak digunakan dalam penelitian.

**Analisis Regresi Linear Sederhana Deskriptif Statistik**

**Tabel 4.Deskriptif Statistik**

Descriptive Statistics					
	N	imum	ximum	Mean	Std.Deviation
X	50	20	49	36.28	4.824
Y	50	48	88	63.82	7.090
Valid N(listwise)	50				

**Sumber Data : Hasil dari olahan SPSS 2023**

- a. Rata-rata kualitas produk adalah 36,28 dengan standar deviasi adalah 4.824. Maksudnya adalah rata-rata tingkat kalitas produk sebesar 36,28 dengan peluang peningkatan atau penurunan nilai tingkatan kualitas produk 4.824.
- b. Rata-rata minat beli adalah 63,82 dengan standar deviasi adalah 7.090. Maksudnya adalah rata-rata tingkat minat beli sebesar 63,82 dengan peluang peningkatan atau penurunan nilai tingkatan minat beli sebesar 7.090.

### Koefisien Korelasi

**Tabel 4.8 Scale : Korelasi correlation**

		Minat	Kualitas
Pearson	Minat	1.000	.592
Corelation	Kualitas	.592	1.000
Sig.(1-tailed)	Minat		.007
	Kualitas	.007	
N	Minat	50	50
N	Kualitas	50	50

Sumber : Hasil olah data SPSS 2023

Koefisien korelasi antara kualitas produk dengan minat beli adalah 0.592 dengan sig.( 1-tailed) 0,007<0,05 berarti terdapat hubungan yang sangat lemah antara kualitas produk dengan minat beli.

### Koefisien Determinasi ( R<sup>2</sup> )

**Tabel 4.9 Model Summary**

Model	R	R Squere	Adjusted Squere	Std. Error of the Estimate
1	.592 <sup>a</sup>	.350	.337	5.775

Sumber Data : Hasil data dari olahan SPSS 2023

Koefisien determinasi ( R<sup>2</sup> ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independents menjelaskan variabel dependents. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada tabel model *summary* dan tertulis *R square*. Namun untuk regresi linear sederhana sebaiknya menggunakan *R square* yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel independents yang digunakan dalam penelitian.

Dari tabel 4.8 dapat dilihat nilai *R square* =0,350, artinya kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 0,35%. Sedangkan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, pemasaran, dan pelayanan.

### Persamaan Regresi linear Sederhana

**Tabel 4.10 Coefficients<sup>a</sup>**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.268	6.259		5.155	.000		
	X	.870	.171	.592	5.085	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber Data : Hasil olahan data dari SPSS 2023

Persamaan regresi linear sederhana untuk model ini adalah:

$$Y = 32,268 + 0,870X$$

Dimana :

Y = Minat beli

X = Kualitas produk

Interprestasi dari persamaan linear sederhana sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 32.268 menunjukkan bahwa tanpa adanya pengaruh kualitas produk nilai skalah minat beli sebesar 0,870.
- Jika terjadi peningkatan nilai kualitas produk satu satuan maka akan meningkatkan minat beli produk lemari ES merek Sharp sebesar 0,870 satuan. Begitu juga sebaliknya, jika terjadi penurunan nilai kualitas produk sebesar satu satuan maka akan menurunkan minatbeli sebesar 0,870 satuan.

## Uji t

**Tabel 4.9 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.268	6.259		5.155	.000		
	X	.870	.171	.592	5.085	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

**Sumber Data : Hasil dari olahan SPSS 2023**

Untuk mengetahui pengaruh dari variabel X terhadap variabel terikat Y yaitu dengan membandikan antara t hitung dengan t tabel. Nilai t hitung yang diperoleh adalah sebesar 5.085 dan nilai t tabel ditentukan dengan rumus  $df = n - 1$  ( Sugiono , 2013 : 238 ). Jadi,  $50 - 1 = 49$  dan hasil diperoleh untuk t tabel 1,676 ( t hitung > t tabel ), hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli lemari Es merek Sharp. Kesimpulan adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang berarti bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli pada lemari Es merek Sharp.

## PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Deskriptif

- Analisis Deskriptif kualitas produk di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Nagari Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.  
Berdasarkan hasil analisis tabel distribusi frekuensi, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk diklasifikasikan dalam dua kategori Yaitu sangat baik, dan baik. Dalam penelitian ini rata-rata skor kualitas produk adalah 3,70 dengan tingkat pencapaian 74,0% yang berada pada kriteria baik.
- Analisis Deskriptif minat beli di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Nagari Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.  
Berdasarkan hasil analisis tabel distribusi frekuensi, dapat disimpulkan bahwa minat beli diklasifikasikan dalam satu kategori Yaitu baik. Dalam penelitian ini rata-rata skor minat beli adalah 3,58 dengan tingkat pencapaian 77,6% yang berada pada kriteria baik.

Berdasarkan hasil analisis diketahui terdapat pengaruh yang signifikan anantara kualitas produk terhadap minat beli di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan yang dimana

memiliki t hitung 5,085 dan nilai t tabel 1,676 (t hitung > t tabel), hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kesimpulan adalah  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak berarti bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli.

### Hasil Analisis Induktif

**Tabel 4.10 Uji t coefficients**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.268	6.259		5.155	.000		
	X	.870	.171	.592	5.085	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

**Sumber Data : Hasil olahan data dari SPSS 2023**

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis melalui uji t diketahui nilai signifikan  $0.000 < 0,05$  dan t hitung  $5,085 > 1,676$  artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.

Nilai koefisien variabel kualitas produk 0,870 yang berarti terjadi peningkatan nilai kualitas produk satu satuan, maka akan meningkatkan terhadap minat beli sebesar 0,870 satuan, begitu sebaliknya. nilai t hitung yang diperoleh sebesar 5,085 dan nilai t tabel 1,676 (t hitung > T tabel), hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut.

- Variabel kualitas produk dengan rata-rata skor 3,91 dan bahwa tingkat capaian responden (TCR) 78,3% berada pada kriteria Baik. Sedangkan pada indikator yang rendah pada Kejelasan Fungsi dengan TCR 73,6% serta yang tertinggi dengan TCR 85,6 pada keragaman ukuran.
- Hasil analisis deskriptif variabel minat beli diketahui bahwa tingkat capaian responden (TCR) berada pada kriteria baik dengan rata-rata skor variabel minat beli adalah 3,62 dengan tingkat pencapaian 72,5%. Dilihat dari masing-masing indikator terdapat tingkat pencapaian yang rendah terdapat pada minat referensi diperoleh skor 3,50 dengan TCR 70,0%, baik, keragaman ukuran preferensial skor tertinggi diperoleh skor dengan nilai 3,88 dengan TCR 77,6% berada pada baik.
- nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan 0,870 yang berarti jika terjadi peningkatan nilai kualitas produk satu satuan, maka akan meningkatkan minat beli lemari Es merek Sharp sebesar 0,870 satuan begitu juga sebaliknya.
- Nilai t hitung diperoleh adalah sebesar 5,085 dan nilai t tabel 1,676 dimana t hitung besar dari t tabel ( $5,085 > 1,676$ ) sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli lemari Es Merek Sharp di Toko Elektronik Saribu Rumah Gadang di Kuti Anyir Pasir Talang Kecamatan Sungai Pagu Kabupaten Solok Selatan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rifqi Nugroho. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Kasus Pada Online Shop Chopper Jersey)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Agust, Ferdinand. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- andy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi . Yogyakarta.: Andi Offset.
- Assauri, Sofjan. 2001. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- \_\_\_\_\_, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Djaslim, Saladin. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Pelaksanaan, dan Pengendalian*. Bandung : Linda Karya.
- Duwi, Priyatno. 2010. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 19'*. Yogyakarta
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler., k., L., Keler. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jilid 1. Jakarta :PT Index. KeLompok Gramedia.
- \_\_\_\_\_, Philip dkk. 2012. *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*. Buku Dua. Edisi Pertama. Yogyakarta badan Penerbit Universitas Diponegoro
- \_\_\_\_\_, Keller., Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Ke 2. Jakarta: Erlangga. . 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 & 2. Jakarta : PT. Index.
- Mc Carthy., Jerome., E.; Perreault., dan William D. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi ke 5, alih Bahasa : Agus Darma. Jakarta : Erlangga.
- Priyatno Dwi. (2009). *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta : Mediakom.
- Purnomo.(2004). *Pengantar Teknik Industri*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Sakaran, Uma. 2006. *Metodeologi Penelitian untuk Bisnis*. Buku 1 & 2. Edisi 2 & 4. Jakarta : Selemba Empat.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto.(2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan : Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Zulian, Yamid. (2005). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi 1, Jakarta : Gramedia Pustaka.
- Widyaswara Indonesia. (2012). *Buku Panduan Penulisan Skripsi Manajemen*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi : Muara Labuh.