

PENGARUH KUALITAS PRODUK SEPEDA LIPAT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO MURAH TONJI KOTA MAKASSAR

Haery Mogat^{1*}, Muhammad Kusnady Tabsir², Maulidya Permatasari³

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Patompo^{1,3}, Jurusan Manajemen², Fakultas Ekonomi Universitas Patompo²

haerymogat@gmail.com¹, kusnady.stiepi@gmail.com², maulidya.permatasari@unpatompo.ac.id³

*Corresponding Author: haerymogat@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk sepeda lipat terhadap minat beli konsumen pada Toko Murah Tonji kota Makassar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yang bersumber dari data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dokumentasi dan kuesioner (angket) yang kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana yaitu uji T dan uji F dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk (X) terhadap minat beli konsumen (Y) pada Toko Murah Tonji Kota Makassar. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} ($17,726 > 3,26$) dan nilai probabilitas lebih kecil dari α ($0,000 > 0,05$). Sedangkan secara parsial terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Murah Tonji Kota Makassar dimana variabel kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,852 ($P=0,000$) sehingga dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci: kualitas produk, minat beli

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of folding bicycle product quality on consumer buying interest at the cheap Tonji shop, Makassar City. The research method used is a quantitative method sourced from primary and secondary data. The data collection techniques used were interviews, documentation and questionnaires which were then analyzed using simple linear regression analysis, namely the T test and F test with the help of SPSS 26. The results of this research show that there is a positive and significant influence of product quality (X) on interest. consumer buy (Y) at the Tonji Cheap Shop, Makassar City. This is proven by the Fcount value which is greater than Ftable ($17.726 > 3.26$) and the probability value is smaller than α ($0.000 > 0.05$). Meanwhile, in partial terms, there is a positive influence of product quality on consumer buying interest at the Tonji Cheap Shop, Makassar City, where the product quality variable has a t-value of 4.852 ($P=0.000$), so it can be concluded that the product quality variable has a positive and significant influence on consumer buying interest.

Keywords: product quality, purchase interest

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis yang semakin maju menyebabkan persaingan yang semakin meningkat. Konsumen dalam hal ini menjadi pemeran utama akan menentukan produk yang di inginkan sehingga kualitas produk merupakan hal yang penting dan perlu diperhatikan setiap perusahaan jika ingin mendapatkan hasil yang maksimal serta dapat bersaing dipasarkan. Konsumen sangat kritis dalam menentukan produk yang akan dikonsumsi, konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang kualitas baik. Produsen memiliki peran yang besar dalam membuat

sebuah produk yang mempunyai nilai tinggi dan dapat dipercaya oleh konsumen sehingga nantinya akan tercipta minat untuk membeli produk tersebut.

Keunggulan ini dengan memberikan nilai yang tinggi terhadap konsumen. Kualitas diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Definisi American Society for Quality Control: kualitas (quality) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan kita dapat mengatakan bahwa penjual telah mengatakan bahwa penjual telah mengantarkan kualitas ketika produk memenuhi dan melebihi ekspektasi pelanggan.

Menurut mantan pemimpin GE, Jhon F. Welch Jr., “kualitas adalah jaminan terbaik kami atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan”. Dorongan untuk menghasilkan barang yang bermutu tinggi dipasar dunia menyebabkan sejumlah negara dan kelompok negara mengakui atau memberikan penghargaan kepada perusahaan yang menunjukkan praktik kualitas terbaik, seperti Deming Prize di Jepang. Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing.

Tabel 1. Data Penjualan Produk Pada Toko Murah Tonji 2020-2022.

NO	TAHUN	JENIS PRODUK	DATA PENJUALAN
1.	2020	Sepeda Lipat	113 Unit
		Mobil Aki (Mainan)	93 Unit
		Motor Aki (Mainan)	89 Unit
2.	2021	Sepeda Lipat	117 Unit
		Mobil Aki (Mainan)	97 Unit
		Motor Aki (Mainan)	114 Unit
3.	2022	Sepeda Lipat	137 Unit
		Mobil Aki (Mainan)	103 Unit
		Motor Aki (Mainan)	123 Unit

Sumber : Toko Murah Tonji Kota Makassar

Dari data diatas dapat kita lihat bahwa, secara umum total penjualan pada Toko Murah Tonji tidak beraturan atau mengalami naik turun dari tahun ke tahun apa lagi dengan adanya pandemic 2020. Dari data diatas dapat pula kita lihat bahwa total penjualan pada tahun terakhir (2022) mengalami perbedaan atau mengalami kenaikan dimana situasi pandemic di tahun 2022 juga sudah mulai pulih atau menurun.

STUDI LITERATUR Penelitian Terdahulu

Kualitas barang sangat erat kaitannya dengan minat beli pembeli, karena pelanggan fokus pada kualitas barang yang bagus sebelum membeli barang tersebut. Organisasi sebenarnya ingin memberikan kualitas yang memenuhi keinginan pembeli. Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2018), alasannya adalah kualitas produk merupakan ciri suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau disarankan. Kualitas barang adalah kerja atau kemampuan yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pembeli, karena pemenuhan pembeli tidak hanya mengacu pada jenis barang yang sebenarnya, melainkan sekumpulan pemenuhan yang dapat diperoleh dari pembelian barang tersebut. (Lubis, AA, 2019).

Minat membeli (*ability to purchase*) penting untuk bagian perilaku dalam perspektif konsumsi. Minat beli pembelian adalah tahap di mana pelanggan menyusun keputusan mereka di antara beberapa merek yang diingat untuk pengambilan keputusan, kemudian akhirnya melakukan pembelian pada pilihan yang paling mereka sukai atau interaksi yang dilakukan pelanggan untuk membeli suatu barang dengan mempertimbangkan perbedaan. kontemplasi. (Pranomo, 2018:136).

Selain itu, Schiffman Kanuk (2019), bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya.

METODE

Desain penelitian merupakan pola perencanaan dan strategi penelitian yang berfungsi untuk menjawab pertanyaan penelitian atau masalah. Oleh sebab itu, desain penelitian yang baik akan menghasilkan penelitian yang efektif dan efisien. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana penelitian ini untuk melakukan identifikasi terhadap variabel bebas (*independen*) yaitu Kualitas Produk (*dependen*) yaitu Minat Beli. Penelitian ini dengan menggunakan desain penelitian *cross sectional*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Murah Tonji. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada Toko Murah Tonji tahun (2023). Sampel penelitian yang diambil dari populasi adalah 35 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana.

Tabel 2
Koefisien Regresi linear sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.971	2.235		8.937	.000
	Kualitas Produk	.116	.137	-.147	4,852	.400

Sumber: a. Dependent Variable: Minat Beli.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi seperti tabel diatas maka dibuat persamaan regresi sederhana sebagai berikut:

$$Y=1,971 + 0,116 (X)$$

Dari persamaan tersebut diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 1,971 menyatakan bahwa jika variabel kualitas produk dianggap konstan, maka minat beli Minat Beli konsumen pada

Toko Murah Tonji Kota Makassar akan Bernilai 1,971. Sedangkan nilai koefisien regresi variabel bebas yang diteliti jika meningkat satu satuan, maka minat beli akan meningkat sebesar nilai koefisien variabel bebas tersebut.

Koefisien regresi kualitas produk (X) sebesar 0,116 menyatakan bahwa setiap peningkatan 1 persen kualitas produk, maka minat beli (Y) akan meningkat sebesar 0,116 atau 11,6 %.

Uji Hipotesis

a. Uji t

1. Uji t digunakan untuk menguji makna faktor-faktor yang bersifat otonom sampai taraf tertentu atau secara mandiri. Teknik yang digunakan adalah dengan membandingkan data thitung dan tabel tstatistik atau melihat angka kemungkinan (kritis) dengan α 0,05, dengan model dinamis berikut:
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau angka kemungkinan (kritis) $> 0,05$ maka H_0 diakui atau tidak terdapat hubungan yang besar antara variabel otonom kualitas barang dengan variabel reliabel minat beli.
3. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau angka kemungkinan (kritis) $< 0,05$ H_0 diabaikan atau terdapat hubungan yang sangat besar antar faktor bebas kualitas produk terhadap variabel terikat minat beli .

Nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar 4,852 ($4,852 > 2,725$) dengan tingkat signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan ada pengaruh positif antara variabel kualitas produk(X) terhadap minat beli (Y).

Berdasarkan uji t tersebut di atas disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X) berpengaruh terhadap variabel minat beli (Y), hal ini dibuktikan dengan hasil nilai t_{hitung} 4,852 yang tertinggi dan angka signifikansi 0,000 yang paling kecil.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikansinvariabel bebas terhadap variabel terikat.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.514	1	2.514	17.726	0.000 ^b
	Residual	114.229	33	3.461		
	Total	116.743	34			

a. Dependent Variable: MINAT BELI

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK

Hipotesis Statistik (pengujian) yang digunakan dalam uji F sebagai berikut:

1. H_0 =Tidak terdapat pengaruh positif (signifikan) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
2. H_a = Terdapat pengaruh positif (signifikan) antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh positif (signifikan) antar variabel bebas dan variabel terikat harus berdasarkan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika statistik $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau angka probabilitas (signifikan) $> 0,05$, maka H_0 diterima atau tidak dapat pengaruh variabel bebas ke variabel terikat.
- b. Jika statistik $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau angka probabilitas (signifikan) $< 0,05$, maka H_0 ditolak atau terdapat pengaruh positif (signifikan) antara variabel bebas dan variabel terikat.

Dari tabel diatas dapat ditunjukkan bahwa: oleh karena statistik $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($17,726 > 3,26$) atau tingkat uji signifikansi uji F sebesar $0,000$ ($0,000 < 0,05$) berarti ada pengaruh positif (signifikan) antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Murah Tonji Kota Makassar.

Berdasarkan hasil eksplorasi di atas, kualitas barang mempengaruhi minat beli pada Toko Murah Tonji Kota Makassar. Diproleh $t_{hitung} 4,852 > t_{tabel} 2,725$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ berarti H_0 ditolak atau terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas kualitas barang terhadap variabel dependen minat beli. Kualitas barang sangat erat kaitannya dengan minat beli pembeli, dengan fokus pada kualitas barang yang bagus sebelum membeli barang tersebut. Organisasi sebenarnya ingin memberikan kualitas yang memenuhi keinginan pembeli. (Sesuai Kotler dan Keller, 2012), disimpulkan bahwa kualitas barang adalah suatu sifat suatu barang atau administrasi yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pembeli yang dinyatakan atau disarankan. Kualitas barang adalah kerja atau kapasitas yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, karena pemenuhan pembeli tidak hanya mengacu pada jenis barang yang sebenarnya, namun lebih merupakan sekumpulan pemenuhan yang dapat diperoleh dari pembelian barang tersebut (Lubis, 2017). Mengingat pemeriksaan yang lalu (Arianty, 2018), (Aditi dan Hermansyur, 2018), (Astuti dan Abdullah, 2017), (Farisi, 2018), (Gultom, Arif dan Fahmi, 2020), (Gultom, Budiarto dan Utami 2020), dan (Fahmi, 2016), beralasan bahwa kualitas barang berdampak pada minat beli, dimana pembuat barang harus lebih fokus dalam mengembangkan pilihan lebih lanjut. pembelian.

KESIMPULAN

Kesimpulan menjawab tujuan penelitian atau kajian berdasarkan pengertian yang lebih komprehensif dari hasil dan pembahasan penelitian. Mengingat dampak dari eksplorasi dan perbincangan yang baru-baru ini diperkenalkan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian mengenai dampak menurunnya kualitas produk sepeda terhadap minat beli pembeli di toko-toko sederhana Tonji di Kota Makassar. Kualitas barang berpengaruh terhadap minat beli pembeli di Toko Modest Tonji Kota Makassar.

REFERENSI

- Aditi & Hermansyur, (2018). Pengaruh Atribut Produk Dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda Dikota Medan. *Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis*, 19(2), 64-72.
- Arianti, N (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajmen Dan Bisnis*, 16 (2), 68-81.
- Ben M. Enis (2021:131). Tentang Manajemen Pemasaran.
- Farisi, (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Prosiding : the national conferences management and business (NCMAB) 2018* (pp . 689-705).
- Habibah, U., & Sumiati, (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Warda Di Kota Bakalang Madura. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1 (1), 30-43.
- Kotler dan Keller (2017), Manajemen Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler Dan Keller (2018:37), "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom flexi (Studi Kasus pada Telkom flexi di kecamatan kota Kudus Kabupaten Kudus). *Jurnal of Social and Politic*.
- Kotler & Keller (2018 : 5), *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Erlangga

- Lesmna Dan Ayu (2019), "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang". Skripsi. Semarang: UNDIP
- Lubis, A.A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 16(2), 1-11.
- Lupiyoadi & Hamdani, (2018). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.
- Philip Kotler dan Gray Armstrong (2018). Dasar-Dasara Manajemen Pemasaran. *Jakarta: PT Indeks*.
- Priansa, D, J. (2017). Komunikasi Pemasaran terpadu pada era media sosial. Banung: Pustaka Setia.
- Purnama N. I., & Rialdy N, (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada Pt. Redes Cemino Medan. *Proseding Seminar Nasional kewirausahaan, I(1)*, 174-181.
- Sugiyono (2018), Skripsi. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada M61 Cave Dan Eatery Dijalan Anggrek Raya Kel. Pandang Kec. Panakkukang Kota Makassar.
- Sugiyono (2017), Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Sepeda Motor Suzuki Jenis Satria FU Dibandar Lampung. *Jurnal manajemen mandiri saburai*.
- Sofjan, Assauri (2018). *Tentang Manajemen Pemasaran*.
- Ta'arufi, U., & Yamit, Z. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Informasi, Pelayanan Rail Ticketing System (Rts) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia Daop 6 Yogyakarta Jurnal. *Journal of chemical information and modeling*, 53(9), 379-394.
- Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: FANDI OFFSET, 2015), 234.
- Tjiptono (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Vol.2, No.1,(2019) 1-9*.
- Windarti Dan Ibrahim (2017), kualitas Produk dan Bentuk Kemasan Dan Bahan Daya Tarik Iklan terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen. Universitas Diponegoro.