



MINAT BELI KONSUMEN DALAM PENGARUHNYA TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN HARGA JUAL DALAM PRESPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Siti Yumsinah, M.E.

Universitas Mathla'ul Anwar Banten

Sitiyumsinah96@gmail.com,

Abstrak

Persaingan yang ketat di dalam dunia usaha saat ini menuntut setiap pemilik toko untuk aktif dalam menarik dan mempertahankan konsumennya. Permasalahan yang muncul di Toko Mandiri Elektronik Kadubera lebih mengarah pada penyediaan barang yang berkualitas dan penetapan harga jualnya. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah: 1. Adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di toko mandiri elektronik kadubera? 2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di toko mandiri elektronik Kadubera?. Tujuan penelitian ini adalah: 1. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di toko mandiri elektronik kadubera, 2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen di toko mandiri elektronik kadubera. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, Metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini menghasilkan simpulan yakni dari F_{hitung} untuk variabel bebas (Kualitas Produk dan Harga) sebesar 37,911 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sedangkan nilai F_{tabel} pada $\alpha = 0.05$ adalah sebesar 3,08, maka variable Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) di Toko Mandiri Elektronik Kadubera. Selanjutnya hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa R^2 sebesar 41,3% variabel bebas (Kualitas Produk dan Harga) menjelaskan variabel terikat (Minat Beli Konsumen) dan 58,7% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas; Harga Jual; Minat Beli.

Abstract

The tight competition in today's business world requires every shop owner to be active in attracting and retaining customers. The problems that arise in the Mandiri Electronic Shop Kadubera are more directed at providing quality goods and setting the selling price. The problem formulations of this study are: 1. Is there an effect of product quality and price on consumer buying interest in the Kadubera electronic independent shop? 2. How much influence does product quality and price have on consumer buying interest in Kadubera electronic independent stores?. The objectives of this study are: 1. To find out whether there is an effect of product quality and price on consumer buying interest in kadubera electronic independent stores, 2. To find out how much influence product quality and price have on consumer buying interest in kadubera electronic independent stores. The method used in this research is a quantitative approach, This study concluded that the F_{count} for the independent variables (Product Quality and Price) was 37.911 with a significant level of 0.000.

While the F_{table} value at $\alpha = 0.05$ is 3.08, then the Product Quality and Price variables simultaneously have a positive and significant effect on Consumer Purchase Interest (Y) at the Mandiri Elektronik Kadubera Store. Furthermore, the results of the coefficient of determination show that R^2 is 41.3% independent variables (Product Quality and Price) explaining the dependent variable (Consumer Purchase Interest) and 58.7% influenced by other variables outside this study.

Keywords: *Quality; Selling Price; Buying Interest.*

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis tidak bisa dihindari. Pemasar yang akan menjual produknya, baik berupa barang maupun jasa, harus dapat memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumennya, sehingga dapat memberikan nilai yang lebih baik dari pesaingnya. Akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran Supranto dan Nandan Limakrisna, (2015).

Permasalahan yang muncul di Toko Mandiri Elektronik Kadubera lebih mengarah pada penyediaan barang yang berkualitas dan penetapan harga jualnya, sehingga hal inilah yang dapat membuat konsumen lebih memilih memesan peralatan elektronik di tempat usaha pesaing sehingga menurunkan tingkat penjualan pada Toko Mandiri Elektronik Kadubera.

KAJIAN TEORI

Pengertian Minat Beli

Kotler berpendapat bahwa Minat beli ialah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, dari sanalah timbul ketertarikan untuk membeli agar dapat memilikinya. Minat beli konsumen akan timbul dengan sendirinya jika konsumen sudah merasa tertarik atau memberikan respon yang positif terhadap apa yang ditawarkan oleh penjual Alfatriis & Mahmud, (2018). Sedangkan menurut Ali Hasan Minat beli ialah kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan guna berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian Ali Hasan, (2013).

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk (*product quality*) adalah “segala sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, di beli, digunakan, atau di

konsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan” Kualitas produk yang dirasakan pelanggan akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan pelanggan (Faradiba, 2013)

Meningkatkan kualitas berarti juga merupakan langkah-langkah untuk memenuhi keinginan pelanggan dan juga konsumen Heflin Frinces, (2011).

Pengertian Harga Jual

Pembentukan harga merupakan hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam menilai suatu produk. Dengan demikian harga merupakan aspek pertama yang diperhatikan oleh penjual dalam usahanya untuk memasarkan produknya. Abubakar, (2018)

Dalam Ekonomi Islam harga yang wajar merupakan bukan suatu konsesi, tetapi hak fundamental yang dikuatkan oleh hukum negara. Penentuan harga yang aktual akan menjadi penentuan yang benar Muhammad Abdul Manan, (1997).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu penyebaran kuesioner dengan *Skala Likert* kepada sampel dan wawancara. Dimana hasil dari kuesioner tersebut diuji menggunakan aplikasi SPSS 27.0. Teknik pemeriksaan keabsahan data yakni uji validitas dan uji reliabilitas. Sebelum dilanjutkan ke analisis berikutnya uji asumsi klasik terlebih dahulu menggunakan uji normalitas. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda, Uji F, dan analisis koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Variabel Produk (X_1)

Perolehan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk (X_1) dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)

No. Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
1	0,772	0,195	Valid
2	0,821	0,195	Valid

3	0,808	0,195	Valid
4	0,679	0,195	Valid

Pada Tabel 1.1, maka disimpulkan bahwa item nomor 1 sampai 4 dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dinyatakan valid. Artinya, semua pernyataan mengenai Variabel Kualitas Produk (X_1) yang terdapat dalam daftar pernyataan (kuesioner) dianggap valid karena koefisien korelasi menunjukkan positif, sehingga pengujian dapat dilanjutkan pada pengujian reliabilitas.

Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

Dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,780	4

Berdasarkan Tabel 1.2 didapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.780 > 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

Perolehan hasil uji validitas untuk variabel Harga (X_2) dapat dilihat pada tabel 1.3.

Tabel 1.3 Uji Validitas Harga (X_2)

No. Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r_{tabel}	Keterangan
5	0,761	0,195	Valid
6	0,807	0,195	Valid
7	0,768	0,195	Valid
8	0,709	0,195	Valid

Pada Tabel 1.3, maka disimpulkan bahwa item nomor 5 sampai 8 dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dinyatakan valid. Artinya, semua pernyataan mengenai Variabel Harga (X_2) yang terdapat dalam daftar pernyataan (kuesioner) dianggap valid karena

koefisien korelasi menunjukkan positif, sehingga pengujian dapat dilanjutkan pada pengujian reliabilitas.

Uji Reabilitas Variabel Harga (X₂)

Dapat dilihat pada tabel 1.4.

Tabel 1.4 Uji Reabilitas Variabel Harga (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,758	4

Berdasarkan Tabel 1.4 didapatkan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0.758 > 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)

Perolehan hasil uji validitas untuk variabel Minat Beli (Y) dapat dilihat pada tabel 1.5.

Tabel 1.5 Uji Validitas Minat Beli (Y)

No. Item Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	r _{tabel}	Keterangan
9	0,750	0,195	Valid
10	0,776	0,195	Valid
11	0,796	0,195	Valid
12	0,705	0,195	Valid

Pada Tabel 1.5, maka disimpulkan bahwa item nomor 9 sampai 12 dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$, dinyatakan valid. Artinya, semua pernyataan mengenai Variabel Minat Beli Konsumen (Y) yang terdapat dalam daftar pernyataan (kuesioner) dianggap valid karena koefisien korelasi menunjukkan positif, sehingga pengujian dapat dilanjutkan pada pengujian reliabilitas.

Uji Reabilitas Variabel Minat Beli (Y)

Dapat dilihat pada tabel 1.6.

Tabel 1.6 Uji Reabilitas Variabel Minat Beli (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

0,750	4
-------	---

Berdasarkan Tabel 1.6 didapatkan nilai cronbach's alpha sebesar 0.750 > 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir instrumen penelitian tersebut reliabel.

Uji Normalitas Data

Tabel 1.7 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		106
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,13032434
Most Extreme Differences	Absolute	0,079
	Positive	0,076
	Negative	-0,079
Test Statistic		0,079
Asymp. Sig. (2-tailed)		,102 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan Tabel 1.7, maka dapat disimpulkan sampel yang diambil dari populasi berdistribusi normal dengan nilai Asymp. Sig. 0,102 > 0,050, maka dapat disimpulkan data residual berdistribusi normal.

Uji F (Uji Simultan)

Tabel 1.8 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98,754	2	49,377	37,911	,000 ^b
	Residual	134,151	103	1,302		
	Total	232,906	105			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan Tabel 1.8 maka dapat dijelaskan pengaruh secara simultan diperoleh F_{hitung} untuk variabel bebas (Kualitas Produk dan Harga) sebesar 37,911 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sedangkan nilai F_{tabel} pada $\alpha = 0.05$ adalah sebesar 3,08, sehingga secara simultan variabel bebas (Kualitas Produk dan Harga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 1.9 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,651 ^a	0,424	0,413	1,14125

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga dapat digunakan untuk menjelaskan variabel minat beli konsumen toko mandiri elektronik kadubera sebesar 41,3% dan selebihnya 58,7% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Hasil dari F_{hitung} untuk variabel bebas (Kualitas Produk dan Harga) sebesar 37,911 dengan tingkat signifikan sebesar 0.000. Sedangkan nilai F_{tabel} pada $\alpha = 0.05$ adalah sebesar 3,08, maka variable Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) di Toko Mandiri Elektronik Kadubera.
2. Selanjutnya hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa R^2 sebesar 41,3% variabel bebas (Kualitas Produk dan Harga) menjelaskan variabel terikat (Minat Beli Konsumen) dan 58,7% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bersumber dari Jurnal

Alfatris, T. D., & Mahmud. (2018). *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk,*

dan Kepercayaan. <http://eprints.dinus.ac.id/8701/>

Badaruddin, N. (2019). Pengaruh Daya Tarik Transit Advertising Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Berbelanja Di Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Yang Mengetahui E-Commerce Shopee). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 16(1), 1–9.

Faradiba, S. R. T. A. (2013). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 2(3), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>

Bersumber dari Buku

Abubakar, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. ALFABETA.

Ali Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. CAPS.

Heflin Frinces. (2011). *Be An Entrepreneur*. Graha Ilmu.

Muhammad Abdul Manan. (1997). *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. PT. Dana Bhakti Prima Yasa.

Supranto dan Nandan Limakrisna. (2015). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Mitra Wacana Media.