

Analisis Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Emas Sinar Baru Sampit

Novi Ayu Wulandari, Yuli Andryati

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Darwan Ali Sampit
ayun09999@gmail.com, yulianandriyati78@gmail.com

ABSTRACT

This study explains whether there is an effect of price on purchase intention and product quality on purchase intention. The data collection technique used was a questionnaire with 100 respondents. While the data analysis technique used is quantitative analysis, using multiple linear regression. The sampling technique used was purposive sampling. The results of the study are price has a positive and significant effect on buying interest in Sampit Baru Sinar Baru shop, product quality has a positive and significant effect on buying intention of Sampit Baru Sinar Emas shop.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Intention

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan apakah ada pengaruh harga terhadap minat beli dan kualitas produk terhadap minat beli. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan jumlah responden 100 orang. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif, menggunakan regresi linier berganda. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Hasil penelitian yaitu harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli toko emas sinar baru sampit, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli toko emas sinar baru sampit.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Minat Beli

PENDAHULUAN

Emas sangat berharga sehingga diperdagangkan di seluruh dunia, itu adalah barang berharga di mana-mana dan membuat semuanya terlihat lebih menarik. Emas pertama kali ditemukan di sungai dengan tanah yang tidak terkontaminasi pada zaman kuno. Pecahan emas dilacak dalam keruntuhan Spanyol 40.000 SM. Kemudian, pada 3600 SM, pandai emas di Mesir mulai melebur logam, yang masih ada sampai sekarang (<https://www.lakuemas.com/>). Karena tekstur, kepadatan, dan titik lelehnya yang tinggi, emas adalah logam yang paling lunak, paling lembut, dan berharga. Nilai dan properti emas telah menjadikannya alat kebijakan moneter yang sukses hingga saat ini. 60% emas digunakan untuk perhiasan, 40% untuk usaha dan 10% untuk industri.

Emas adalah permata yang kadang-kadang digunakan sebagai kaki tangan untuk meningkatkan diri dan sangat populer di kalangan wanita. Berbagai jenis emas

seperti gelang lengan, kancing dan aksesoris. Selain digunakan sebagai embel-embel emas, emas juga dapat digunakan untuk investasi. Banyak orang sangat terikat untuk membeli emas untuk hiasan dan berkontribusi. Toko Emas Sinar Baru di Sampit adalah salah satu toko yang menjual emas, dan juga sangat mudah bagi masyarakat umum untuk menemukan emas karena ada banyak toko emas di mana-mana.

Toko Emas Sinar Baru adalah salah satu toko yang memperdagangkan emas di Sampit. Gerai Sinar Baru berlokasi di PPM (Mentaya Retail plaza) yang terletak di Jl. Alexander False Ss A 12. Toko ini menjual banyak perhiasan emas dalam berbagai tingkatan, termasuk 700, 420, dan 375. Toko Emas Sinar Baru sempat bermasalah karena tidak banyak pelanggan di sana. Terlepas dari kenyataan bahwa perhiasan yang dijual selalu baru dan berkualitas sama dengan toko emas pada umumnya, toko tersebut masih jarang dikunjungi oleh pembeli atau untuk berdagang emas. Dari segi nilai, Sinar Baru Gold Shop setara dengan toko yang berbeda.

Tabel 1 1 Perbandingan Harga

Nama Toko	Kadar Emas	Harga
Toko Emas Mitra Baru	375	Rp 420.000
Toko Emas Sinar Baru	375	Rp 400.000
Toko Emas Dua Family	375	Rp 410.000
Toko Emas Barokah	375	Rp 410.000

Sumber data: Beberapa toko emas yang ada di Pusat Perbelanjaan Mentaya Sampit, 2022

Pada tabel di atas terlihat bahwa harga emas per gram dengan kadar 375 di Toko Emas Sinar Baru lebih murah dibandingkan dengan toko emas lain yang juga berlokasi di Gerai Ritel Mentaya (PPM). Namun, toko tersebut jarang dikunjungi pembeli, baik untuk berdagang batu permata. Bahkan kualitas perhiasan di Toko Sinar Baru ini benar-benar bagus dan kualitasnya setara dengan toko lainnya.

Perhiasan di toko emas sangat modern dan berbeda, namun tidak meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Toko Emas Sinar Baru. Mungkin ada beberapa faktor yang membuat pembeli kurang tertarik pada Toko Emas Sinar Baru sehingga tidak membuat pelanggan tertarik untuk menjual atau membeli permata di toko tersebut. Hal inilah yang memicu minat untuk memimpin eksplorasi dengan membongkar dan menyelidiki lebih lanjut Toko Emas Sinar Baru. Untuk memutuskan minat beli pembeli, diperlukan beberapa faktor. Menurut Abdurachman (2004) minat beli pembeli akan muncul jika dipengaruhi oleh beberapa variabel sebagai berikut: kualitas barang, reputasi merek, bundling, biaya, aksesibilitas barang dan faktor referensi. Hasilnya, minat beli konsumen Toko Emas Sinar Baru ditentukan dengan menggunakan variabel harga dan kualitas produk.

Gambar perbandingan Toko Emas Sinar Baru dengan toko lain di sekitarnya dan jumlah toko di Pusat Perbelanjaan Mentaya disediakan di bawah ini.



Gambar 1 1 Toko Emas Sinar Baru

Pada tabel di atas terlihat bahwa harga emas per gram dengan kadar 375 di Toko Emas Sinar Baru lebih murah dibandingkan dengan toko emas lain yang juga berlokasi di Gerai Ritel Mentaya (PPM). Namun, toko tersebut jarang dikunjungi pembeli, baik untuk berdagang batu permata. Bahkan kualitas perhiasan di Toko Sinar Baru ini benar-benar bagus dan kualitasnya setara dengan toko lainnya.

Perhiasan di toko emas sangat modern dan berbeda, namun tidak meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap Toko Emas Sinar Baru. Mungkin ada beberapa faktor yang membuat pembeli kurang tertarik pada Toko Emas Sinar Baru sehingga tidak membuat pelanggan tertarik untuk menjual atau membeli permata di toko tersebut. Hal inilah yang memicu minat untuk memimpin eksplorasi dengan membongkar dan menyelidiki lebih lanjut Toko Emas Sinar Baru. Untuk memutuskan

minat beli pembeli, diperlukan beberapa faktor. Menurut Abdurachman (2004) minat beli pembeli akan muncul jika dipengaruhi oleh beberapa variabel sebagai berikut: kualitas barang, reputasi merek, bundling, biaya, aksesibilitas barang dan faktor referensi. Hasilnya, minat beli konsumen Toko Emas Sinar Baru ditentukan dengan menggunakan variabel harga dan kualitas produk.

Gambar perbandingan Toko Emas Sinar Baru dengan toko lain di sekitarnya dan jumlah toko di Pusat Perbelanjaan Mentaya disediakan di bawah ini.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian Rancangan penelitian ini menggunakan subyek penelitian masyarakat di Sampit, khususnya yang pernah berkunjung ke Toko Emas Sinar Baru, untuk pendekatan kuantitatif. Untuk tujuan penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data. Survei ini terdiri dari pertanyaan sederhana yang mengharapkan responden untuk memberikan data mereka sendiri dan pertanyaan tertutup yang mengharapkan mereka untuk memberikan solusi tersendiri untuk setiap pertanyaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Subyek

Penelitian Salah satu tempat jual beli emas Sampit adalah Emas Sinar Baru. Toko Emas Sinar Baru terletak di PPM (Mentaya Mall) yang terletak di Jl. Alexander False Ss A 12. Toko ini menjual berbagai macam batu permata emas tingkat 700, 420 dan 375 dengan model yang berbeda-beda.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen Dua puluh kuesioner harus dibagikan kepada responden melalui Google Form untuk dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Setelah 20 survei diumumkan sah dan solid, mereka disebar lagi ke 100 responden untuk uji spekulasi.

4.2.1 Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk menentukan apakah pernyataan atau item kuesioner sudah sesuai. Perangkat lunak SPSS versi 22 digunakan untuk memverifikasi validitas data. Tabel terlampir menunjukkan konsekuensi dari uji legitimasi:

Tabel 4 1 Hasil Uji Validitas

No.	Butir Pernyataan	Koefisien Korelasi	signifikan	Keterangan
1.	Harga (X ₁)			
	- Butir 1	0,858	0,000	Valid
	- Butir 2	0,725	0,000	Valid
	- Butir 3	0,736	0,000	Valid
2.	Kualitas Produk (X ₂)			
	- Butir 1	0,482	0,031	Valid
	- Butir 2	0,747	0,000	Valid
	- Butir 3	0,771	0,000	Valid
	- Butir 4	0,758	0,000	Valid
3.	Minat Beli (Y)			
	- Butir 1	0,761	0,000	Valid
	- Butir 2	0,684	0,001	Valid

Tabel 4.1 menampilkan bahwasanya semua pernyataan yang terdapat dalam kuesioner memiliki nilai signifikansi < 0,05 yang menampilkan bahwasanya seluruh pernyataan signifikan.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22, nilai Cronbach Alpha diperiksa sebagai bagian dari uji reliabilitas. Jika suatu variabel menghasilkan hasil Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6, itu dianggap reliabel. Berikut tabel hasil uji reliabilitas:

Tabel 4 2 Tabel Uji Reliabilitas

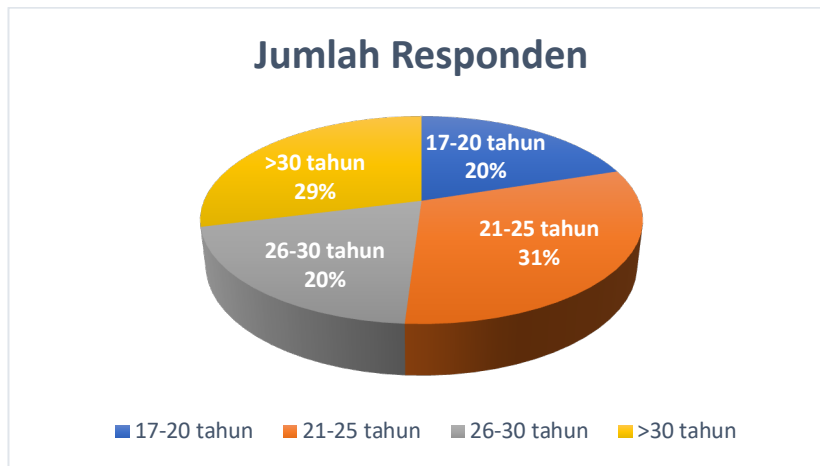
No.	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Harga (X ₁)	0,805	Reliabel
2.	Kualitas Produk (X ₂)	0,778	Reliabel
3.	Minat Beli (Y)	0,767	Reliabel

Mengingat nilai Cronbac Alpa yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwasanya variabel harga, kualitas produk, dan minat beli menunjukkan tingkat keandalan yang cukup tinggi. Perihal ini menampilkan bahwasanya pertanyaan-pertanyaan dalam masing-masing variabel memiliki konsistensi.

4.3 Karakteristik Responden

Peserta dalam penelitian ini diperuntukkan bagi warga di Sampit yang pernah melakukan pembelian atau mengetahui tentang Toko Emas Sinar Baru. Di awal

kuesioner, responden diminta untuk mengisi informasi pribadi mereka dengan tujuan untuk memahami kondisi responden. Selain itu, pengisian identitas responden diperlukan untuk mengelompokkan mereka berdasarkan usia Responden berdasarkan usia.



Gambar 4 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan informasi yang disajikan dalam tabel, dapat disimpulkan bahwasanya sebagian besar partisipan dalam penelitian ini berada dalam kelompok usia 21 hingga 25 tahun.

4.4 Karakteristik Jawaban Responden

4.4.1 jawaban responden Mengenai Harga

Tabel 4 3 Jawaban Responden Mengenai Harga (X1)

Pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
X1.1	51%	48%	1%	0%	100%
X1.2	40%	59%	1%	0%	100%
X1.3	38%	55%	7%	0%	100%
X1.4	34%	60%	6%	0%	100%

Mengenai tanggapan yang diberikan responden klien terhadap Toko Emas Sinar Baru Sampit mengenai nilai (X1), dapat disimpulkan sebagai berikut:

Artikulasi X1.1: Dari hasil penjangkaran informasi yang melibatkan 100 responden melalui survei, terlihat bahwa sebanyak mayoritas responden menilai harga emas di Toko Emas Sinar Baru lebih masuk akal.

Pernyataan X1.2: Mengingat konsekuensi dari bermacam-macam informasi termasuk 100 responden melalui survei, terlihat bahwa sebagian besar responden berpendapat bahwa harga emas di Toko Emas Sinar Baru dibandingkan dengan sifat barang tersebut.

Proklamasi X1.3: Berdasarkan temuan kuisioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari 100 orang, sebanyak 93 persen dari mereka berpendapat bahwa harga emas di Toko Emas Sinar Baru lebih rendah dari toko emas lainnya .

Pernyataan X1.4: Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari 100 orang, dan hasilnya menunjukkan bahwa hingga 94% dari mereka menganggap harga emas di Toko Emas Sinar Baru adil untuk manfaat yang diberikannya.

4.4.2 Tanggapan responden tentang kualitas produk

Pada penelitian ini kualitas perhiasan emas di Toko Emas Sinar Baru dilihat untuk mengetahui bagaimana perasaan pelanggan terhadap produk tersebut dan apakah responden menilai produk tersebut baik atau buruk. Kualitas barang adalah faktor gratis dalam ulasan ini. Ini sebuah meja

Tabel 4 4 Jawaban Responden Mengenai Kualitas Produk (X2)

Pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
X2.1	49%	47%	4%	0%	100%
X2.2	50%	49%	1%	0%	100%
X2.3	38%	52%	9%	1%	100%
X2.4	32%	63%	5%	0%	100%
X2.5	33%	61%	5%	1%	100%

Tanggapan pelanggan Toko Emas Sinar Baru Sampit terkait Kualitas Produk (X2) dapat kami rangkum sebagai berikut:

Proklamasi X2.1: Digunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari 100 orang, dan hasilnya menunjukkan bahwa sebanyak 96% masyarakat menganggap perhiasan Toko Emas Sinar Baru dapat membuat mereka terlihat lebih baik.

Proklamasi X2.2: Pernyataan X2.3: Berdasarkan temuan pendataan berbasis kuesioner dengan 100 responden, sebanyak 99% responden menilai emas Toko Emas Sinar Baru memiliki model yang menarik. Pernyataan bahwa emas di Toko Emas Sinar Baru memiliki nilai jual yang tinggi ditemukan “sangat setuju” dan “setuju” sebanyak 90% dari mereka yang menjawab kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data dari 100 orang.

Penjelasan X2.4: Dari hasil pemilihan informasi yang melibatkan 100 responden melalui survey, terlihat bahwa sebanyak 95% responden merasa emas di Toko Emas Sinar Baru sesuai dengan yang diperkirakan secara umum.

Artikulasi X2.5: Dari hasil pemilihan informasi yang melibatkan 100 responden melalui polling, terlihat sebanyak 96% responden merasa barang emas Toko Emas Sinar Baru tidak efektif dirugikan.

4.4.3 Tanggapan responden tentang minat beli

Dalam penelitian ini minat beli dianalisa untuk membedakan minat beli konsumen pada Toko Emas Sinar Baru. Variabel dependen yang diselidiki dalam penelitian ini adalah minat beli. Tabel yang menampilkan tanggapan responden mengenai niat mereka untuk membeli disediakan di bawah ini.

Tabel 4 5 Jawaban Responden Mengenai Minat Beli (Y)

Pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
Y.1	39%	58%	3%	0%	100%
Y.2	34%	66%	0%	0%	100%

Berikut rangkuman tanggapan pelanggan Toko Emas Sinar Baru Sampit terkait minat beli (Y):

Artikulasi Y.1: Dari hasil pemilihan informasi yang melibatkan 100 responden melalui survei, terlihat bahwa sebanyak 95% responden setuju dengan penjelasan bahwa mereka tertarik untuk mencari tahu data model emas terbaru yang disajikan oleh Toko Emas Sinar Baru

Proklamasi Y.2: Dari hasil penjangingan informasi yang melibatkan 100 responden melalui survey, terlihat bahwa sebanyak 95% responden setuju dengan pernyataan mempertimbangkan untuk membeli emas di Toko Emas Sinar Baru

4.5 Uji Asmsi Klasik

4.5.1 Uji Multkolinieritas

Tabel 4 6 Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	.541	.275				1.967
Harga	.391	.114	.349	3.428	.001	.472	2.118
Kualitas Produk	.446	.105	.432	4.248	.000	.472	2.118

a. Dependent Variable: Minat Beli

Uji multikolinieritas memiliki variance inflation factor (VIF) masing-masing sebesar 2,118 dan nilai tolerance 0,472 seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Selain itu, fakta bahwa nilai tolerance dan VIF untuk kedua variabel independen sama menunjukkan bahwa model regresi ini tidak menunjukkan multikolinieritas yang signifikan antar variabel independen.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

ulasan ini menggunakan tes heteroskedastisitas untuk mensurvei kemungkinan perbedaan dalam perubahan yang bertahan lama di seluruh persepsi dalam model kekambuhan. Heteroskedastisitas dapat dievaluasi menggunakan uji Glejser.

Tabel 4 7 Uji Heterokedastitas

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.017	2	.009	.662	.518 ^b
	Residual	1.279	97	.013		
	Total	1.297	99			

a. Dependent Variable: RES_2

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

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat diduga bahwa karena nilai kepentingan berada di atas angka (0,05), maka dapat beralasan bahwa model relaps yang digunakan dalam ulasan ini tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

4.5.3 Uji Kebiasaan

Pemeriksaan ini menggunakan Untuk mensurvei penyebaran informasi tes biasa, mainkan tes biasa. Dapat dikatakan bahwa informasi tersebut beredar. Dengan asumsi nilai Kolmogorov-Sminov melebihi 0,05 dianggap biasa saja. Bagaimanapun, orang mungkin mengatakan bahwa informasi tersebut tidak disesuaikan dengan asumsi arti dari tes Kolmogorov-Smrnov di bawah 0,05.

Tabel 4 8 Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.074	100	.200	.992	100	.824

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji di atas, dapat dinyatakan bahwa data ini memenuhi asumsi distribusi normal setara dengan $0,200 > 0,005$

4.6 Teknik Analisis Data

4.6.1 Koefisien Korelasi

Tabel 4 9 Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.517	.28589

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

Melihat tabel nilai R, khususnya angka 0,726 yang berada di antara 0,60-0,799, maka dapat diduga bahwa hubungan antara faktor X (Cost and Item Quality) dan Y (Buy Goal) sangat berhubungan dengan hubungan positif, dan itu menyiratkan semakin tinggi skor suatu variabel, semakin tinggi skor faktor yang berbeda.

4.6.2 Koefisien Asurans

Proporsi kekuatan hubungan Koefisien jaminan (R²) mengukur hubungan antara faktor bebas (biaya dan kualitas barang) dan variabel dependen (minat beli). Angka ini ditentukan dengan memanfaatkan kemampuan Changed R Square dari aplikasi SPSS. Koefisien digambarkan sebagai berikut:

Tabel 4 10 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.517	.28589

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

Nilai Adjusted R Square adalah 0,517, atau 51,7 persen, seperti yang ditunjukkan pada tabel. Hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk yang diteliti dalam penelitian ini mempengaruhi sekitar 51,7 persen terhadap variabel Niat

Beli. Dalam penelitian ini, variabel tidak memperhitungkan 48,3% dari variasi yang tersisa.

4.6.3 Berbagai Pemeriksaan Kekambuhan Langsung

Kajian ini menggunakan berbagai pengujian straight relaps untuk menguji sejauh mana pengaruh faktor bebas, khususnya biaya dan kualitas barang, terhadap variabel dependen, khususnya tujuan pembelian di Toko Emas Sinar Baru Sampit. Intinya adalah untuk menentukan apakah ada hubungan yang sangat besar antara biaya dan kualitas barang terhadap minat beli. Tabel keluaran yang menampilkan hasil uji regresi linier berganda dapat ditemukan di bawah.

Tabel 4 11 Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.541	.275		1.967	.052
	Harga	.391	.114	.349	3.428	.001
	Kualitas Produk	.446	.105	.432	4.248	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

$$MP = 0,541 + 0,391h + 0,446 kp$$

Berikut ini membenarkan sejauh mana masing-masing pengaruh ini memengaruhi peristiwa:

- Pada model regresi, nilai konstanta adalah 0,541. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat beli (Y) sebesar 0,541
- jika nilai Kualitas Produk (X2) dan Harga (X1) sama-sama nol. Koefisien regresi Harga (X1) memiliki nilai sebesar 0,391, menunjukkan hubungan yang positif. Ini sebenarnya berarti bahwa untuk setiap peningkatan 1 poin dalam variabel biaya (X1), minat beli (Y) akan meningkat sebesar 0,391 fokus, mengingat faktor-faktor yang berbeda adalah tetap.
- Koefisien variabel kualitas item (X2) sebesar 0,446 dan berarah positif. Hal ini menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan 1 poin dalam variabel kualitas barang, minat beli akan meningkat sebesar 0,446 poin jika faktor yang berbeda tetap stabil.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Uji t

Uji t dipergunakan dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh parsial antara variabel X dan Y. Kriteria pengujian yakni:

Tabel 4 12 Uji t

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.541	.275		1.967	.052
	Harga	.391	.114	.349	3.428	.001
	Kualitas Produk	.446	.105	.432	4.248	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

- Pada variabel biaya (X1) koefisien relaps 0,391, kesalahan standar 0,114 dan nilai t 3,428 dan tingkat kepentingan 0,001. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap minat beli. Dengan demikian, penerimaan penelitian terhadap H1 dapat disimpulkan.
- Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,446, dan standar error sebesar 0,105. Nilai t adalah 4,248 dan artinya 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Barang juga memengaruhi Sasaran Pembelian, dengan pengaruh yang positif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dalam penelitian ini.

4.7.2 Uji F

Uji F digunakan dalam ulasan ini untuk menilai dampak faktor otonom pada variabel terikat yang bekerja sama secara erat. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

Tabel 4 13 Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.822	2	4.411	53.968	.000 ^b
	Residual	7.928	97	.082		
	Total	16.750	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

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

Dari hasil tabel di atas, bisa dilihat nilai signifikannya yaitu sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel minat beli.

PEMBAHASAN

Dari hasil pemeriksaan variabel yang telah dilakukan, maka dapat digambarkan akibat dari review tersebut sebagai berikut:

A. Pengaruh Biaya terhadap Minat Beli Emas Pembeli di Toko Emas Sinar Baru

Sesuai informasi penelitian dan contoh dari 100 responden dengan hasil yang masuk akal bahwa biaya mempengaruhi minat beli pembeli di Toko Emas Sinar Baru dilihat melalui uji t dengan nilai kritis 0,001 yang lebih sederhana dari 0,05 dalam arah positif. Artinya, masyarakat Sampit akan lebih tertarik dengan produk Toko Emas Sinar Baru jika harganya lebih terjangkau dan sesuai dengan kualitasnya.

B. Pengaruh Kualitas Barang terhadap Minat Beli Pembeli terhadap Emas di Toko Emas Sinar Baru

Dari hasil penelitian memanfaatkan informasi yang masuk akal bahwa kualitas barang mempengaruhi minat beli pembeli emas di Toko Emas Sinar Baru. Dampak kritis dan positif harus terlihat dari uji t, nilai kepentingan di bawah 0,05, tepatnya 0,000 dalam arah positif. Artinya semakin menarik modelnya, semakin tidak mudah rusak dan modelnya sesuai dengan kebutuhan pembeli akan semakin meningkatkan minat beli pelanggan di Toko Emas Sinar Baru.

C. Hubungan Harga dan Kualitas Produk dengan Minat Beli Emas di Toko Emas Sinar Baru

Berdasarkan temuan di atas, terlihat bahwa variabel niat beli di Toko Emas Sinar Baru (Y) dipengaruhi oleh harga (X1) dan kualitas produk. (X2). Uji f menunjukkan hal ini dengan tingkat signifikansi 0,000 atau kurang dari 0,05.

KESIMPULAN

Berikut, kesimpulan dari hasil analisis data dan pembahasan di bagian sebelumnya:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Toko Emas Sinar Baru
2. Kualitas Produk Berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Toko Emas Sinar Baru

DAFTAR PUSTAKA

Admin media. (2022, March 1). pengertian manajemen menurut para ahli. (diakses 1 Desember 2022)

Bakti, U., & Septijantini Alie, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. In

Jurnal Ekonomi (Vol. 22, Issue 1).
<https://mediakonsumen.com/2018/05/14/sur>

Fauzan, A., & Rohman, A. (n.d.). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SEPEDA MOTOR KAWASAKI.
<http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/ekobis>

Halim, N. R., & Iskandar, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PERSAINGAN TERHADAP MINAT BELI. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.291>

Harga, P., Merek, C., Kualitas, D., Wiryanthy, N., Santoso, S., Kristen, U., & Wacana, D. (2019). Terhadap Minat Beli Produk Private Label (Vol. 2, Issue 1).
<http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view>

Irawan, M. R. N. (2020b). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. SATRIA NUSANTARA JAYA. *Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 5(2), 140.
<https://doi.org/10.30737/ekonika.v5i2.1097>

Kajian Ekonomi, J., Indah Komalasari, I., Darwan Ali, U., Tengah, K., & Rayuwanto, I. (n.d.). THE INFLUENCE OF PRICE AND PRODUCT QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION (CASE STUDY AT NEW SAMPIT PARTNER GOLD SHOP) PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA TOKO EMAS MITRA BARU SAMPIT).
<http://jurnal.unda.ac.id/index.php/KEIZAI/index>

Manajemen, H., Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa, F., & Afifulloh Syaekhun, M. (2022). HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI DIGITAL CARD BY.U DI KOTA Oleh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2).

Muchlisin Riadi. (2016, September 27). Pengertian, Peranan dan Tujuan Penetapan Harga. <https://www.kajianpustaka.com/2016/09/pengertian-peranan-dan-tujuan-penetapan-harga.html>. (2 Desember 2022)

Muchlisin riadi. (2020, February 20). Kualitas Produk (Pengertian, Manfaat, Dimensi, Perspektif dan Tingkatan).
<https://www.kajianpustaka.com/2020/02/kualitas-produk-pengertian-manfaat-dimensi-perspektif-dan-tingkatan.html>. (2 Desember 2022)

Naufal Hakim, I. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMERA DIGITAL CANON DI SEMARANG. In *Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 1, Issue 2). <https://journal.sinov.id/index.php/jurimbik> page10

Eko Purnomo. (2016). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DALAM MEMBELI BERAS LOKAL (STUDI KASUS DESA RAMBAH UTAMA). (n.d.).

Penyusun, N., & Annafik, A. F. (n.d.). PERSETUJUAN SKRIPSI.

Prawira, B., Nyoman, N., & Yasa, K. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA DENPASAR.

Rahmad Hidayat. (2021, July 23). 5 Tahap Proses Pemasaran (Marketing Proses) Menurut Philip Kotler. <https://www.kitapunya.net/5-tahap-proses-pemasaran-marketing-process-menurut-philip-kotler/>.

Retnowulan Akademi Sekretari dan Manajemen BSI Jakarta, J. (2017a). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE XIAOMI. XVII(2).

Sri Rahayu, O. (n.d.). Skripsi HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN HARGA DENGAN MINAT BELI KONSUMEN PADA CV. MOROJOYO TAS DI DUPAK GROSIR LT.1 BLOK BG NO 35 SURABAYA.

Wulandari, F., Utama, H. B., Program, J., Manajemen, S., Unggul, A., & Surakarta, B. (n.d.). Kelola: Journal of Business And Management THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND PROMOTION ON DECISION TO BUY HANDPHONE REALME IN MATAHARI SINGOSAREN SURAKARTA. <https://e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/kelola>

Website

(2020, August 10). Pengertian Harga Menurut Para Ahli dan Dimensinya. <https://www.bungfei.com/2020/08/pengertian-harga-menurut-para-ahli-dan.html>. (diakses 2 Desember 2022)

M. Prawiro. (2018, August 28). Pengertian Harga: Fungsi, Tujuan, Jenis-Jenis Harga. <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-harga.html>. (4 Desember 2022)

Tuesday. (2018, August 14). Pengertian Kualitas Produk Menurut Para Ahliv. <https://www.kumpulanpengertian.com/2018/08/pengertian-kualitas-produk-menurut.html?m=1>. (2 Desember 2022)