
PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA TUKANG KAYU DI UD. RULLIN DESA HILINDASONIHA

Kevin Samuel Sabatini Laia¹, Martiman S. Sarumaha²

Guru SMA Negeri 2 Toma

Universitas Nias Raya

(kevinlaia068@gmail.com¹, martiman@uniraya.ac.id²)

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan bagaimana kualitas produk berdampak pada minat konsumen untuk membeli barang di UD. Rullin Desa Hilindasoniha. Jenis penelitian kuantitatif yang bersifat kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen UD. Rullin Desa Hilindasoniha yang berjumlah 120 orang. Sampel penelitian adalah 15% dari jumlah populasi yaitu 15% dari 120 orang, maka jumlah sampel penelitian 30 orang. Hasil penelitian adalah hipotesis diterima dengan nilai $t_{hitung} = 5,292 > t_{tabel} = 2,048$ yang artinya kualitas produk mempengaruhi minat beli konsumen di UD. Rullin Desa Hilindasoniha. Hasil uji koefisien determinasi sebesar 56,73% yang artinya pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen sebesar 56,73% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain selain dari variabel penelitian ini. Kesimpulan penelitian adalah konsumen menyatakan kualitas produk baik ketika kebutuhan dan keinginannya terhadap produk tersebut dapat terpenuhi. Produk yang diproduksi oleh produsen menjadi berharga karena nilai yang dilihat oleh konsumen, sebab nilai yang terkandung dalam produk akan memberi konsumen minat untuk membeli, dan nilai ini dapat bersumber dari kualitas produk yang digunakan. Peneliti mengajukan saran, yaitu (1) UD. Rullin Desa Hilindasoniha harus mempertimbangkan saran konsumen untuk meningkatkan kualitas produk dan tidak mengecewakan konsumen, sehingga konsumen puas dan kembali berbelanja. (2) Untuk peneliti masa depan, menambahkan variabel independen yang sesuai untuk memperkuat diskusi saat ini tentang masalah kualitas produk dan minat pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Kualitas Produk; Minat Beli Konsumen; Tukang Kayu.*

Abstract

The aim of this research is to determine the effect of product quality on consumer buying interest at UD. Rullin Hilindasoniha Village. This type of quantitative research is causal in nature. The population in this research is UD consumers. Rullin Hilindasoniha Village, numbering 120



people. The research sample is 15% of the total population, namely 15% of 120 people, so the total research sample is 30 people. The research result is that the hypothesis is accepted with a value of $t_{count}=5.292 > t_{tabel}=2.048$, which means that product quality influences consumer buying interest at UD. Rullin Hilindasoniha Village. The coefficient of determination test results were 56.73%, which means that the influence of product quality on consumer buying interest was 56.73% and the remainder was influenced by other factors apart from the variables of this research. The research conclusion is that consumers state that product quality is good when their needs and desires for the product can be satisfied. A product produced by a producer is valuable because of the value seen by consumers, because the value contained in a product will attract consumers' buying interest, and this value can be sourced from the quality of the product used. Researchers put forward suggestions, namely (1) For UD. Rullin Hilindasoniha Village should consider suggestions from consumers to further improve product quality and not disappoint consumers, so that consumers are satisfied and return to shopping. (2) It is hoped that future researchers will be able discuss issues regarding product quality and consumer buying interest more widely by adding appropriate independent variables so that they can further strengthen the current conversation with various aspects therein.

Key Words : Product Quality; Consumer Buying Interest; Carpenter.

A. Pendahuluan

Dunia bisnis berkembang pesat selama era globalisasi, yang ditandai dengan tingkat persaingan yang semakin ketat, karena perubahan teknologi dan aliran informasi yang sangat cepat. Perubahan pasar yang terus berubah atau dinamis ini, terutama di era globalisasi saat ini, mengharuskan perusahaan untuk bijaksana dalam menentukan harga dan meningkatkan kualitas produk mereka.

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan perusahaan untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi di pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar yang relevan. Setiap bisnis harus memperhatikan kualitas produk jika

mereka ingin produk mereka dapat bersaing di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen menjadi semakin sensitif terhadap kualitas produk yang mereka pilih, yang mendorong pedagang untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka. Dengan kelimpahan produk di pasar, pedagang akan bersaing untuk mendapatkan konsumen potensial melalui berbagai cara yang tepat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kualitas produk memengaruhi minat pembeli.

Berdasarkan hasil observasi awal yang peneliti dapatkan di lapangan, dimana di dapati bahwa UD. Rullin lebih banyak pelanggannya dibanding dengan usaha perabotan yang lain sehingga



peneliti tertarik untuk mengetahui apa penyebab atau keunggulan yang dimiliki oleh UD.Rullin sehingga menarik perhatian pelanggan terhadap usahanya.

Ketika pelanggan telah dipengaruhi oleh kualitas dan informasi tentang produk, kepentingan membeli muncul. Semakin tinggi kualitas yang mereka rasakan saat menggunakan produk, semakin ingin mereka membeli produk yang sama lagi. Berdasarkan hal-hal di atas, penelitian ini menemukan hal-hal berikut.

- 1 Konsumen memiliki otoritas yang lebih besar dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa dari UD.Rullin dibanding usaha perabotan yang lain di Desa Hilindasoniha.
- 2 Minat beli konsumen terhadap produk UD.Rullin lebih besar dibanding usaha perabotan yang lain.

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas, maka peneliti membatasi masalah yang akan di kaji dalam penelitian ini supaya lebih fokus dan terarah, yaitu: 1) Meningkatkan Kualitas produk. 2) Minat beli konsumen pada Usaha Mebel.

Dengan mempertimbangkan keterbatasan masalah dan identifikasi masalah tersebut di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut: apakah kualitas produk mempengaruhi keinginan pembeli untuk membeli barang di UD. Rullin Desa Hilindasoniha?.

Tujuan penelitian ini yaitu: Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Tukang Kayu di UD.Rullin Desa Hilindasoniha.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat kausal untuk menyelidiki populasi yang besar maupun kecil. Mereka memilih dan menggambarkan variabel penelitian, termasuk melihat standar deviasi dan variasinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menghasilkan taksiran yang akurat tentang karakteristik populasi secara keseluruhan sehingga deskripsi dari masing-masing variabel dapat dilakukan. Menurut Sugiyono (2017:13) Kausal quantitative adalah pendekatan dalam penelitian yang mencari hubungan antara satu variabel dan variabel lain yang memiliki penyebab dan efek. Menurut Sugiyono (2013:117) "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari: objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya.". Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UD.Rullin yang berjumlah 120 orang.

Sugiyono (2013:81) "Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi" didefinisikan sebagai sample. Selanjutnya, Arikunto (2006: 134)



menyatakan bahwa dalam kasus di mana jumlah subjek di atas 100, diambil antara sepuluh hingga lima belas persen atau dua puluh hingga dua puluh lima persen atau lebih. Dalam penelitian ini, sampel digunakan secara acak (random), karena populasinya terdiri dari lebih dari seratus dua puluh orang. Oleh karena itu, setiap anggota populasi memiliki kesempatan (probabilitas) untuk dijadikan sampel, dan metode penarikan sampel digunakan secara kebetulan. Dalam penelitian ini, rumus Slovin (Arikunto, 2006:100) digunakan untuk mengambil sampel (n) dari populasi yang berjumlah 120 orang. Sampel ini dibulatkan menjadi 30 pelanggan yang mengunjungi UD. Rullin di Desa Hilindasoniha, Kabupaten Nias Selatan.

Peneliti menggunakan metode pengumpulan data langsung untuk mendapatkan data yang akurat, relevan, dan dapat diterima (Sugiyono 2013:93). Metode ini menggunakan skala Likert, yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk menggunakan skala ini, angka-angka yang diberikan diberi ukuran ordinal, di mana masing-masing angka mengandung definisi tingkatan. Sementara ukuran ini tidak memberikan nilai absolut untuk sesuatu, itu hanya memberikan peringkat dengan angka dari 1 hingga 5 di bawah ini..

Sangat setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4
 Ragu-ragu (RR) = 3
 Tidak setuju (TS) = 2
 Sangat tidak setuju (STS) = 1

Analisis data Untuk melakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan, peneliti menjalankan proses analisis dengan mengikuti langkah-langkah berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas menentukan kemampuan instrumen penelitian untuk mengukur apa yang akan diukur. Menurut Sukardi (2007:122) “Validitas adalah untuk mengukur apa yang hendak diukur”. Rumus yang digunakan untuk uji validitas adalah rumus product moment (Arikunto, 2006:170) sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi
 X = Jumlah skor butir/soal
 Y = Jumlah skor total
 N = Jumlah responden

2. Uji Realibilitas

Uji reabilitas tes digunakan untuk menentukan tingkat kepercayaan instrumen penelitian untuk pengumpulan data. Uji reabilitas dilakukan menggunakan rumus Alpa Cronbach, menurut Arikunto (2006:178),



"Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat di percaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik." Riduwan (2015:115) menyatakan hasilnya sebagai berikut.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(\frac{\sum S_i}{S_t} \right)$$

r_{11} = Nilai reliabilitas

$\sum S_i$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

S_t = Varians total

k = Jumlah item

3. Presentase Skor Mutu

Data angket yang telah diperoleh, di deskripsikan dengan menggunakan teknik presentase dari skor mutu dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Sudijono (2014:43) yaitu.

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P: Angka presentase.

F: Frekuensi yang sedang dicari presentasinya.

N: *Number of cases* (jumlah frekuensi/banyaknya individu).

4. Menentukan Koefisien Korelasi

Tujuan mencari koefisien korelasi adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan kualitas produk dengan minat beli pelanggan, menggunakan rumus korelasi product moment Arikunto (2009:78), yakni:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = korelasi X dan Y

$\sum x$ = Jumlah skor total variabel

X

$\sum y$ = Jumlah skor total variabel

Y

Kemudian hasil perolehan pengolahan uji korelasi di interprestasikan pada interval koefisien korelasi Sugiyono (2013:257), sebagai berikut.

0,00 – 0,199 = Sangat rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Tinggi

0,80 – 1.000 = Sangat tinggi

5. Menentukan Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen, rumus digunakan (Subana dan Sudrajat, 2000: 145).

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Dimana:

KD = Nilai koefisien determinasi

r = Nilai koefisien korelasi

6. Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mencari tahu bagaimana variabel independen dan variabel tergantung berinteraksi satu sama lain dan untuk memprediksi nilai variabel bergantung jika variabel



terpisah berubah. Dampak pada kualitas produk adalah variabel independen dari penelitian ini, dan minat pembelian merupakan variabel yang tergantung. Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana, disusun oleh Sugiyono (2013:262) sebagai berikut.

$$\hat{Y} = a + Bx$$

Keterangan:

\hat{Y} = Nilai yang diprediksikan

a = Kontanta atau bila harga X=0

b = Koefisien regresi

X = Nilai variabel independen

Untuk mencari nilai koefisien a dan b digunakan rumus sebagai berikut.

$$b = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{N\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$a = \bar{X} - b\bar{Y}$$

7. Uji Hipotesis

Uji statistic t dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Menurut Sugiyono (2013:258), "Ketentuannya bila lebih besar dari, maka Ha diterima." Dengan kata lain, jika pada taraf signifikan 5%, Ha diterima dan H0 ditolak. Untuk menghitung uji hipotesis, rumusnya adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2013:259).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ dengan } dk = n-2$$

Keterangan:

$$t = t_{hitung}$$

$$r = r_{hitung}$$

dk = derajat kebesaran (db) atau *degree of freedom (df)*

n = besar sampel

2 = bilangan konstan

1 = bilangan konstan

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Hasil Penelitian

Adapun data hasil angket indikator kualitas produk dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Hasil Angket Kualitas Produk

No	Indikator	Skor tertin ggi	Skor perole han	Rata-rata (%)
1	<i>Performance</i>	600	354	19,85%
2	<i>Range and Type of Featurs.</i>	600	376	21,09%
3	<i>Reliability and Durability.</i>	450	263	14,75%
4	<i>Maintainability and Serviceability.</i>	450	237	13,29%
5	<i>Sensory Characteristics.</i>	600	364	20,42%
6	<i>Ethical Profile and Image</i>	300	189	10,60%
Total		3000	1783	100%

Sumber: Hasil Penelitian, Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel. 1 tersebut dapat dijelaskan secara keseluruhan diperoleh skor perolehan sebesar 1783. Berdasarkan hasil angket performance yaitu kualitas produk menggambarkan keadaan yang sebenarnya sebesar 19,85%, angket range and type of featurs yaitu keistimewaan produk dari produk-produk sejenis sebesar 21,09%, angket reliability and durability yaitu kehandalan produk sebesar 14,75%, angket maintainability



and serviceability, yaitu kemudahan pengoperasian produk dan kemudahan perbaikan, serta ketersediaan komponen pengganti sebesar 13,29%, angket sifat sensorik, yaitu penampilan, corak, dan daya tarik konsumen sebesar 20,42%, dan angket ethical profile and image yaitu kesan konsumen terhadap produk dan pelayanan sebesar 10,60%.

Adapun data hasil angket indikator minat beli dapat dilihat pada tabel berikut ini.

pada tabel berikut ini:

Tabel. 2 Hasil Angket Minat Beli

Konsumen				
No	Indikator	Skor tertinggi	Skor perolehan	Rata-rata (%)
1	Minat Transaksional	750	446	24,94 %
2	Minat Referensial	750	444	24,83 %
3	Minat Preferensial	750	452	25,28 %
4	Minat eksploratif	750	446	24,94 %
Total		3000	1788	100%

Sumber: Hasil Penelitian, Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel. 2 tersebut dapat dijelaskan secara keseluruhan diperoleh skor perolehan sebesar 1788. Berdasarkan hasil angket minat transaksional sebesar 24,94%, angket minat referensial sebesar 24,83%, angket minat preferensial sebesar 25,28%, dan angket minat eksploratif sebesar 24,94%.

1. Analisis Data

a. Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian validitas angket kualitas produk dapat ditabulasikan sebagai berikut:

Tabel. 3 Hasil Uji Validitas Angket Kualitas Produk

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,703	0,361	Valid
2	0,602	0,361	Valid
3	0,672	0,361	Valid
4	0,765	0,361	Valid
5	0,597	0,361	Valid
6	0,493	0,361	Valid
7	0,743	0,361	Valid
8	0,612	0,361	Valid
9	0,869	0,361	Valid
10	0,600	0,361	Valid
11	0,694	0,361	Valid
12	0,636	0,361	Valid
13	0,570	0,361	Valid
14	0,633	0,361	Valid
15	0,671	0,361	Valid
16	0,684	0,361	Valid
17	0,601	0,361	Valid
18	0,455	0,361	Valid
19	0,700	0,361	Valid
20	0,726	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Menggunakan Program SPSS 20.16, Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel diatas angket kualitas produk (terlampir) dinyatakan valid dengan ketentuan apabila $r_{xy} \geq r_{tabel}$ yaitu r_{xy} dikonsultasikan pada tabel nilai-nilai kritis r product moment pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$).

Hasil uji validitas angket minat beli konsumen dapat ditabulasikan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Angket Minat Beli Konsumen

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,718	0,361	Valid
2	0,485	0,361	Valid



3	0,638	0,361	Valid
4	0,612	0,361	Valid
5	0,468	0,361	Valid
6	0,459	0,361	Valid
7	0,702	0,361	Valid
8	0,577	0,361	Valid
9	0,638	0,361	Valid
10	0,494	0,361	Valid
11	0,512	0,361	Valid
12	0,694	0,361	Valid
13	0,716	0,361	Valid
14	0,564	0,361	Valid
15	0,447	0,361	Valid
16	0,628	0,361	Valid
17	0,640	0,361	Valid
18	0,660	0,361	Valid
19	0,749	0,361	Valid
20	0,795	0,361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Menggunakan Program SPSS 20.16, Peneliti 2023

Berdasarkan tabel diatas angket minat beli konsumen (terlampir) dinyatakan valid dengan ketentuan apabila $r_{xy} \geq r_{tabel}$ yaitu r_{xy} dikonsultasikan pada tabel nilai-nilai kritis *r product moment* pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$).

b. Hasil uji reliabilitas

Hasil uji reliabilitas angket kualitas produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel. 5 Reliability Statistics Kualitas Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
0.928	20

Sumber: Hasil Penelitian Menggunakan Program SPSS 20.16, Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk diperoleh r_{hitung} 0,928, sedangkan r_{tabel} 0,361 maka instrumen dinyatakan reliabel dengan ketentuan apabila

$r_{xy} \geq r_{tabel}$ yaitu r_{xy} dibandingkan dengan tabel nilai-nilai kritis *product moment* pada taraf signifikan 5% ($\alpha=0,05$). Dengan demikian, angket kualitas produk yang digunakan dapat dianggap sebagai alat yang dapat diandalkan untuk mengumpulkan data.

Tabel. 6. Reliability Statistic Minat Beli Konsumen

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	20

Sumber: Hasil Penelitian Menggunakan Program SPSS 20.16, Peneliti 2023.

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji reliabilitas variabel minat beli konsumen diperoleh r_{hitung} 0,912 sedangkan r_{tabel} 0,361 maka instrumen dinyatakan reliabel dengan ketentuan apabila $r_{xy} \geq r_{tabel}$ yaitu r_{xy} dikonsultasikan pada tabel nilai-nilai kritis *r product moment* pada taraf signifikan 5% ($\alpha=0,05$). Artinya angket minat beli konsumen yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data.

c. Hasil Nilai Korelasi

Hasil nilai korelasi antara variabel kualitas produk dan minat beli konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel.7 Correlations

	Kualitas_ Produk	Minat_Beli Konsumen
Kualiatas_ Produk	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	.753**
	N	30



Minat_Beli	Pearson	.753**	1
_Konsume	Correlation	.000	
n	Sig. (2-tailed) N	30	30

Sumber: Hasil Penelitian Menggunakan Program SPSS 20.16, Peneliti 2023.

Menurut tabel. 7, nilai korelasi antara variabel kualitas produk dan variabel minat beli konsumen adalah 0,753, yang berada pada interval koefisien korelasi 0,60–0.799, yang menunjukkan tingkat hubungan yang tinggi.

d. Hasil Nilai Koefisien Determinasi (KD)

Nilai koefisien determinasi adalah nilai yang melihat berapa persen kontribusi variabel kualitas produk terhadap variabel minat beli konsumen, nilai koefisien determinasi tersebut dapat dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,753^2 \times 100\% \\ &= 56,73\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 56,73% dan sisanya pengaruh faktor lain selain dari variabel penelitian ini.

e. Hasil Uji Regresi Sederhana

Uji regresi bertujuan untuk mengetahui prediksi besarnya nilai variabel X terhadap variabel Y. Dalam melakukan uji regresi sederhana dilakukan melalui beberapa tahap yaitu sebagai berikut:

1) Persiapan tabel penolong adalah langkah pertama dalam menguji regresi linear sederhana.

Tabel. 8 Tabel Penolong Perhitungan Regresi Linear Sederhana

No	Res	X	Y	XY	X ²	Y ²
1	R-1	56	58	3248	3136	3364
2	R-2	60	63	3780	3600	3969
3	R-3	65	55	3575	4225	3025
4	R-4	53	52	2756	2809	2704
5	R-5	51	53	2703	2601	2809
6	R-6	49	53	2597	2401	2809
7	R-7	50	49	2450	2500	2401
8	R-8	56	54	3024	3136	2916
9	R-9	39	40	1560	1521	1600
10	R-10	52	47	2444	2704	2209
11	R-11	52	61	3172	2704	3721
12	R-12	50	59	2950	2500	3481
13	R-13	68	49	3332	4624	2401
14	R-14	57	65	3705	3249	4225
15	R-15	62	61	3782	3844	3721
16	R-16	69	64	4416	4761	4096
17	R-17	68	56	3808	4624	3136
18	R-18	55	52	2860	3025	2704
19	R-19	39	40	1560	1521	1600
20	R-20	61	55	3355	3721	3025
21	R-21	67	83	5561	4489	6889
22	R-22	52	50	2600	2704	2500
23	R-23	64	67	4288	4096	4489
24	R-24	81	74	5994	6561	5476
25	R-25	59	62	3658	3481	3844
26	R-26	70	83	5810	4900	6889
27	R-27	61	67	4087	3721	4489
28	R-28	82	81	6642	6724	6561
29	R-29	69	55	3795	4761	3025
30	R-30	71	75	5325	5041	5625
Σ		1788	1783	108837	109684	109703
		$\bar{x}=59,60$	$\bar{y}=59,43$			

Sumber: Hasil penelitian menggunakan Microsoft Office Exel 2010, Peneliti 2023.

1) Berdasarkan hasil tabel tersebut diperoleh nilai $\Sigma X = 1788$, $\Sigma Y = 1783$,



$\sum XY = 108837$, $\sum X^2 = 109684$, $\sum Y^2 = 109703$, $N = 30$. Kemudian nilai-nilai tersebut di substitusikan ke dalam rumus *product moment* sebagai berikut:

$$b = \frac{n\sum XY - \sum X\sum Y}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{30(108837) - (1788)(1783)}{30(109684) - (1788)^2}$$

$$b = \frac{3265110 - 3188004}{3290520 - 3196944}$$

$$b = \frac{77106}{93576} = 0,824$$

Setelah nilai koefisien b ditemukan, maka nilai konstanta (a) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \bar{X} - b\bar{Y}$$

$$a = 59,60 - (0,824)(59,43)$$

$$a = 59,60 - 48,97 = 10,63$$

Maka diperoleh $\bar{Y} = a + Bx$

$$Y = 10,63 + 0,824X$$

Berdasarkan persamaan regresi sederhana di atas, maka dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Apabila variabel X (kualitas produk) sama dengan nol maka nilai Y (minat beli konsumen) akan tetap sebesar 10,63
- 2) Apabila nilai X (kualitas produk) naik sebesar 1, maka nilai Y (minat beli konsumen) akan naik sebesar 0,824, dan sebaliknya apabila nilai X (kualitas produk) turun sebesar 1, maka nilai Y (minat beli konsumen) akan turun juga sebesar 0,824.

f. Hasil Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian diterima atau

ditolak atau kualitas produk mempengaruhi minat beli konsumen dilakukan pengujian hipotesis, yaitu sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,753\sqrt{30-2}}{\sqrt{1-0,753^2}}$$

$$t = \frac{0,753\sqrt{28}}{\sqrt{1-0,521}}$$

$$t = \frac{0,753(5,292)}{\sqrt{0,567}}$$

$$t = \frac{3,985}{0,753}$$

$$t = 5,292$$

Berdasarkan perhitungan di atas diperoleh $t_{hitung} = 5,292$ dan selanjutnya pada nilai t tabel dengan taraf nyata 0,05 dengan $dk = n-2$ diperoleh nilai $dk = 30-2 = 28$, yaitu nilai t tabel = 2,048. Maka dapat diketahui nilai $T_{hitung} = 5,292 > T_{tabel} = 2,048$ atau H_a diterima yang artinya ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di UD. Rullin Desa Hilindasoniha Kecamatan Toma.

Hasil penelitian yang telah diperoleh dan dianalisis, selanjutnya dilakukan penguraian pembahasan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut.

1. Jawaban Atas Permasalahan Pokok Penelitian

Permasalahan pokok penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah, dan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli



konsumen pada usaha tukang kayu UD. Rullin Desa Hilindasoniha. Hasil uji hipotesis diperoleh nilai $T_{hitung} = 5,292$ dan selanjutnya pada nilai t tabel dengan taraf nyata 0,05 dengan $dk = n - 2$ diperoleh nilai $dk = 30 - 2 = 28$, yaitu nilai t tabel = 2,048. Maka dapat diketahui nilai $T_{hitung} = 5,292 > T_{tabel} = 2,048$ atau H_a diterima.

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh jawaban permasalahan pokok yaitu ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada usaha tukang kayu di UD. Rullin desa hilindasoniha.

2. Analisis Data Interpretasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi minat konsumen dalam membeli. Produk yang diproduksi oleh produsen menjadi berharga karena nilai yang dilihat oleh konsumen, karena nilai yang terkandung dalam produk akan membuat konsumen merasa puas saat menggunakannya, dan nilai ini dapat diperoleh dari kualitas produk yang digunakan.

Hasil penelitian di atas didukung penelitian yang relevan dengan penelitian ini yang dilaksanakan oleh Desi Susanti (2017) dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Produk

Tupperware pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru". Populasi penelitian ini kurang dari 100 sehingga terdapat 74 responden yang dijadikan sampel penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Dalam penelitian peneliti menggunakan uji hipotesis secara parsial (uji t) dan uji hipotesis secara simultan (uji F). Berdasarkan hasil analisis data diperoleh model persamaan regresi linier berganda: $Y = 1.885 - 0,199X_1 + 0,222X_2 + 0,232X_3 + 0,174X_5 + 0,156X_4$. Dari hasil uji t hanya secara parsial variabel *Performance, Durability, Features* yang berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen produk *Tupperware* di GriyaTika Utama di Pekanbaru. Variabel Kesesuaian terhadap spesifikasi dan Keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen membeli produk *Tupperware* di GriyaTika Utama di Pekanbaru. Dari hasil uji analisis koefisien determinasi diketahui bahwa koefisien determinasi sebesar 0,362 atau 36,2% terhadap variasi variabel independen (Kinerja, Fitur Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, dan Keandalan) terhadap variabel dependen (Minat Konsumen dalam membeli produk). Sedangkan sisanya sebesar 63,8% dijelaskan oleh variabel

lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini diterima.

3. Keterbatasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian memiliki keterbatasan yang dilakukan peneliti di UD. Rullin Desa Hilindasoniha Kabupaten Nias Selatan:

- a. Penelitian hanya membahas variabel kualitas produk dan minat beli konsumen
- b. Pelaksanaan penelitian dilaksanakan di UD. Rullin Desa Hilindasoniha Tahun 2023 sehingga hasil penelitian ini belum tentu sama ketika dilakukan penelitian di tahun yang berbeda.

D. Penutup

Berdasarkan rumusan masalah dan analisis data dapat di ambil kesimpulan bahwa kualitas produk adanya mempengaruhi minat beli konsumen pada UD. Rullin Desa Hilindasoniha dengan dibuktikan dari hasil uji hipotesis yang diperoleh nilai $T_{hitung} = 5,292$ dan selanjutnya pada nilai t_{tabel} dengan taraf nyata 0,05 dengan $dk = n-2$ diperoleh nilai $dk = 30 - 2 = 28$, yaitu nilai $t_{tabel} = 2,048$. Maka dapat diketahui nilai $T_{hitung} = 5,292 > T_{tabel} = 2,048$ atau H_a diterima.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang diperoleh, peneliti mengajukan beberapa saran, yaitu:

- 1) Bagi UD. Rullin Desa Hilindasoniha hendaknya mempertimbangkan saran-saran dari konsumen untuk bisa lebih ditingkatkan lagi kualitas produk dan tidak mengecewakan konsumen, sehingga konsumen puas dan kembali berbelanja.
- 1) Untuk guru, harus mungkin untuk membuat hasil penelitian ini sebagai informasi dan bahan referensi pada subjek Ekonomi.
- 2) Untuk siswa, harus dapat membuat hasil penelitian ini sebagai bahan informasi di masa depan ketika menyelam ke dunia bisnis.
- 3) Bagi para peneliti masa depan, saya berharap dapat lebih luas dalam membahas isu-isu kualitas produk dan minat pembelian konsumen dengan menambahkan variabel independen yang sesuai sehingga dapat memperkuat diskusi yang ada dengan berbagai aspek di dalamnya.

E. Daftar Pustaka

Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.



- Harefa, D. (2025). Fisika Di Dunia Nyata : Evaluasi Pendidikan IPA Yang Tak Sekadar Hitungan Dan Rumus. CV Lutfi Gilang
<https://doi.org/10.57094/faguru.v4i1.2454>
- Harefa, D. (2025). Getting To Know Yahowu And Ya'ahowu Warm Greetings From The Nias Community. *KOHESI : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 5(2), 15-27.
<https://doi.org/10.57094/kohesi.v5i2.2559>
- Harefa, D. (2025). Filsafat Pendidikan Nasional Sebagai Budaya Kearifan Lokal Nias. CV Lutfi Gilang
- Harefa, D. (2025). Globalizing Hombo Batu The Role Of English In Promoting Nias Local Wisdom On The International Stage. *Research On English Language Education*, 7(1), 74-91.
<https://doi.org/10.57094/relation.v7i1.2638>
- Harefa, D. (2025). Hombo Batu A Traditional Art That Can Be Explained With The Laws Of Physics. *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan*, 4(1), 264-276.
<https://doi.org/10.57094/faguru.v4i1.2459>
- Harefa, D. (2025). Hombo Batu The Tradition Of South Nias That Teaches Courage And Cooperation. *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan*, 4(1), 75-84.
<https://doi.org/10.57094/faguru.v4i1.2454>
- Harefa, D. (2025). Implementation Of Pancasila Character Education In Hombo Batu In South Nias. *CIVIC SOCIETY RESEARCH And EDUCATION: Jurnal Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*. 6(1), 1-13,
<https://doi.org/10.57094/jpkn.v6i1.2566>
- Harefa, D. (2025). Innovation In Social Science Learning Based On Local Wisdom: Hombo Batu As A Cultural Education Media In South Nias. *Curve Elasticity: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 15-27.
<https://doi.org/10.57094/jpe.v6i1.2555>
- Harefa, D. (2025). Integrating Character Education Into Science Learning To Improve Academic Achievement At Sma Teluk Dalam. *Tunas : Jurnal Pendidikan Biologi*, 6(1), 1-13.
<https://doi.org/10.57094/tunas.v6i1.2909>
- Harefa, D. (2025). Kearifan Lokal Nias Dalam Pembelajaran IPA. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D. (2025). Mathematics As A Philosophical Foundation In Hombo Batu: Exploring Nias' Local Wisdom Through The Perspective Of Mathematics. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 4(1), 13-26.



- <https://doi.org/10.57094/Afore.V4i1.2557>
- Harefa, D. (2025). Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan Alam Sekolah Dasar. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Harefa, D. (2025). The Application Of Hombo Batu Local Wisdom-Based Learning In Enhancing Student Discipline And Cooperation In The Nias Islands. *Ndrumi : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 8(1), 14-27.
<https://doi.org/10.57094/Ndrumi.V8i1.2565>
- Harefa, D. (2025). The Influence Of Soil Texture Types On Land Resilience To Drought In South Nias. *Jurnal Sapta Agrica*, 4(1), 13-30.
<https://doi.org/10.57094/Jsa.V4i1.2585>
- Harefa, D. (2025). Transformasi Pendidikan IPA Fisika Di Era Industri 5.0 : Mempersiapkan Generasi Pintar Dan Berinovasi, CV Lutfi Gilang
- Harefa, D., I Made Sutajaya, I Wayan Suja, & Ida Bagus Made Astawa. (2024). Lowalangi Dalam Konsep Tri Hita Karana Dalam Kearifan Lokal NIAS. *Ndrumi : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 7(2), 51-61.
<https://doi.org/10.57094/Ndrumi.V7i2.2226>
- Harefa, D., I Made Sutajaya, I Wayan Suja, & Ida Bagus Made Astawa. (2024). Nilai Moral Tri Hita Karana Dalam Album “Keramat” Ciptaan H. Rhoma Irama. *Ndrumi : Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Humaniora*, 7(2), 1-15.
<https://doi.org/10.57094/Ndrumi.V7i2.2117>
- M. S. Sarumaha, “Mutu Dan Akuntabilitas Manajemen Pendidikan Tinggi Di Indonesia (Aspek Peningkatan Kelembagaan Berkelanjutan Universitas Nias Raya)”, *JURNAL EDUCATION AND DEVELOPMENT*, vol. 12, no. 3, pp. 607-611, Sep. 2024.
- Sudjono, Anas. 2014. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit: ALFABETA, Bandung.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2007. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. PT. Bumi Aksara.
- Susanti, Desi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen dalam Membeli Produk *Tupperware* pada Perumahan Griya Tika Utama Pekanbaru. *Fakultas Ekonomi UMSB*. Vol.3, No. 5



(<http://www.jurnal.umsb.ac.id/index.php>) di akses 06 Oktober 2023.

Telaumbanu, T., Murnihati Sarumaha, Kaminudin Telaumbanua, Baziduhu Laia, Fatolosa Hulu, Harefa, D., & Anita Zagoto. (2025). Transformasi Botol Plastik Aqua Menjadi Tempat Sampah Ramah Lingkungan Berbasis Kearifan Lokal Desa Bawolowalangi. *Haga : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 1-14.
<https://doi.org/10.57094/Haga.V4i1.2779>

Toni Hidayat, Amaano Fau, & Darmawan Harefa. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Index Card Match Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ipa Terpadu. *TUNAS : Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1), 61 - 72.
<https://doi.org/10.57094/Tunas.V4i1.885>

