

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KAIN TENUN BIMA DI MUTMAINAH KOTA BIMA

Nafisa Iyelda¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima
Nafisaiyelda123@gmail.com

Nur Fetiningsih Syaframis²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima
fetifeti270@gmail.com

Yogi Ariyanto³

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima
Yogiariyanto17.stiebima@gmail.com

Abstrack

This study aims to determine the analysis of the effect of price and product quality on buying interest in Bima woven fabrics in Mutmainah Kota. The population used in this study were consumers at Mutmainah Kota Bima, with a total of 50 respondents. The method used in this study is multiple linear regression analysis. With the help of Microsoft Excel and the SPSS 23 software. The independent variables of this study are price (X_1) and product quality (X_2). The variable attached to this research is buying interest (Y). The results of this study indicate that the price, promotion and quality of the product. simultaneous influence on buying interest.

Keywords: Price, Product Quality, and Purchase Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli kain tenun Bima di Mutmainah Kota. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen pada yang membeli kain tenun di Mutmainah Kota Bima sendiri dengan jumlah 50 responden. Metode yang digunakan Dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Dengan bantuan microsoft excel dan software spss 23. Variabel bebas dari penelitian ini adalah harga (X_1) dan kualitas produk (X_2). Variabel yang dilampirkan dalam penelitian ini adalah minat beli (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga, promosi dan kualitas produk. berpengaruh secara simultan terhadap minat beli.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, dan minat Beli

A. Pendahuluan

Di era globalisasi, Indonesia berada pada berkedudukan salah satu berkembang negara dan berada di dunia pada posisi ketiga, dimana Bisnis Industri menjadi pusat perhatian yang tercermin dalam program peningkatan produktivitas dan kualitas hidup manusia di sektor industri. dalam persiapan memasuki daya saing dengan Negara. Negara-negara Asia lainnya yang sudah maju dengan industrinya bersaing di pasar internasional. Berdasarkan hal tersebut, pemerintah telah menjabarkan kebijakan yang bertujuan untuk Mempengaruhi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kain Tenun Bima di Mutmainah, Kota Bima untuk mengembangkan sektor Industri sebagai bagian dari harapan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Salah satu kreativitas dan kecintaan pada budaya serta kekayaan bangsa yang perlu diperhatikan adalah kain tenun. Kain tenun tradisional Indonesia kaya akan ragam warna, corak dan dekorasi yang dipengaruhi oleh budaya dan sejarah daerah masing-masing. Di antara ragam kain tenun Nusantara adalah Kain Tenun

Bima Kota Bima, Nusa Tenggara Barat. Karena sudah dikenal banyak Penun, masyarakat maupun wisatawan.

Dengan keunikan dan daya tarik tersendiri tidak hanya pada corak, motif dan warnanya saja. Namun dalam fungsinya sebagai media perekatan relasi sosial bagi masyarakat Bima. Selain itu, kain tenun juga merupakan identitas diri, sosial, dan agama serta media untuk memahami lingkungan alam tempat mereka tinggal. Selain karya yang luar biasa, industri rumah tangga dituntut untuk menciptakan produk yang berkualitas di sebuah harga terjangkau sesuai keinginan konsumen. Produk yang berkualitas akan menjadi daya tarik bagi konsumen. Dimana hal tersebut berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memilih barang yang akan dibeli atau yang dianggap paling tepat dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhannya.

Produk yang berkualitas dengan harga bersaing menjadi kunci utama dalam memenangkan persaingan yang pada akhirnya mampu memberikan nilai kepuasan kepada konsumen. Konsumen kini memiliki permintaan nilai yang jauh

lebih besar dan bervariasi karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang atau jasa yang dapat dibeli. Dalam hal ini, industri rumah tangga pintar akan berusaha memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen terkait kualitas produk yang dihasilkan.

Kualitas suatu produk yang diuji dan diharapkan adalah kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Begitu pula dengan harga, yang sangat menentukan kelangsungan suatu usaha, karena harga merupakan dasar menarik tidaknya suatu produk saat dijual.

Selain itu, harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan ditentukan penerimaannya dalam melaksanakan persaingan, seperti yang terjadi pada penentuan harga pasar yang harus ditentukan oleh pengrajin tenun agar dapat terjangkau oleh semua lapisan masyarakat. Kegiatan pengrajin kain tenun di Kota Bima merupakan kegiatan usaha home industry yang bergerak di bidang produksi kain tenun sampai dengan pengemasan, hal ini sesuai dengan

pengrajin yang memproduksi kain tenun berbasiskan.

Kemudian dari observasi awal dan wawancara dengan pengrajin di Kota Bima bahwa masyarakat khususnya perempuan pengrajin kain tenun masih menggunakan alat tenun tradisional, belum memahami proses pemasaran, permintaan konsumen dan pasar secara luas serta masih minimnya peran pemerintah dalam menyediakan pedoman peningkatan kuantitas dan kualitas serta sistem pemasaran sesuai kebutuhan pasar.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti : Arief Adi Satria (2017) dengan judul “Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36” dimana minat beli sebagai variabel intervening. Sarini Kodu (2013) memberikan kesimpulan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Harga Dan Kuantitas Produk Terhadap Minat Beli Kain Tenun

Bima Di Mutmainah”, karena dari penelitian – penelitan terdahulu perlu diuji lebih lanjut serta belum adanya penelitan yang berkaitan dengan tenun yang ada di Kota Bima.

B. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian eksplanatori. Penelitian eksplanatori merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara variabel melalui uji hipotesis (Cooper dan Schindler, 2011). Terlebih lagi penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode yang menggunakan sejumlah sampel dan data – data numeric (Sugiyono, 2014:7).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli kain tenun di Mutmainah Kota Bima, sedangkan sampel yang diambil sebanyak 50 responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *google form* berdasarkan daftar pernyataan yang telah dibuat dengan mencakup ketiga variabel

tersebut meliputi : harga, kualitas produk, serta minat beli.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Regresi linear berganda digunakan apabila variabel independen terdiri dari dua atau lebih (Sugiyono, 2014:277). Formulasi regresi berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y : Minat beli

A : Konstanta

β_1 dan β_2 : Koefisien regresi

X1 : Harga

X2 :Kualitas produk

ε : Residual

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi F < dari pada (α) 0,05 maka ada pengaruh satu atau lebih variabel bebas (simultan) terhadap terikat.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi t < dari pada (α) 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas terhadap terikat secara parsial.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan
Analisis Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel terikat Minat Beli (Y) pada penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4,213	2,283		-1,846	,071
HARGA_P RODUK_ X1	,703	,170	,537	4,136	,000
KUALITA S_PRODU K_X2	,362	,154	,305	2,352	,023

Sumber : Data Diolah (2021)

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yang signifikan sebagai berikut :

$$Y = -4,213 + 0.703 X1 + 0.362 X2$$

Pengujian Hipotesis

Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji signifikan tidaknya pengaruh variabel Harga dan Promosi secara simultan terhadap variabel Minat Beli.

Tabel 2. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Reg ressi on	292,536	2	146,268	37,964	,000 ^b
Resi dual	181,084	47	3,853		
Tota l	473,620	49			

Sumber : Data Diolah (2021)

H0 = Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara berganda tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y)

H1 = Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara berganda berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y). Berdasarkan tabel 3 besarnya nilai signifikansi adalah 0,000 atau < 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga variabel bebas Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Beli Konsumen pada Mutmainah Kota Bima. Hal ini menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli.

Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat.

Tabel 3. Hasil Pengujian Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4,213	2,283		-1,846	,071
HARGA PRODUK_X1	,703	,170	,537	4,136	,000
KUALITAS_PRODUK_X2	,362	,154	,305	2,352	,023

Sumber : Data Diolah (2021)

Perumusan Hipotesis untuk uji t (uji parsial)

H0: $\beta_i = 0$, artinya variabel bebas secara parsial tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

H1: $\beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Pengambilan Keputusan

- a) Jika nilai signifikansi > dari pada 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak
- b) Jika nilai signifikansi < daripada 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima

Pengaruh Harga (X₁) terhadap Minat Beli (Y)

Berdasarkan tabel 4 besarnya nilai signifikansi variabel bebas Harga pada uji t adalah 0.000 atau < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga variabel bebas Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli

Konsumen terhadap kain tenun pada Mutmainah Kota Bima

Pengaruh Kualitas Produk (X₂) terhadap Minat Beli (Y)

Berdasarkan tabel 4 besarnya nilai signifikansi variabel bebas Harga pada uji t adalah 0.023 atau < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Sehingga variabel bebas Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen terhadap kain tenun pada Mutmainah Kota Bima.

Pembahasan

Pengaruh Harga terhadap Minat Beli

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Harga mempunyai pengaruh positif atau signifikan terhadap Minat Beli, dimana Minat Beli yang tinggi dapat dibentuk oleh adanya Harga yang ditawarkan oleh penyedia jasa atau produk. Berdasarkan hasil penelitian maka hipotesis pertama dalam penelitian ini “Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap kain tenun pada Mutmainah Kota Bima”, dapat dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif atau signifikan terhadap Minat Beli, dimana Minat Beli yang tinggi dapat dibentuk oleh adanya Kualitas Produk yang menarik. Berdasarkan hasil penelitian maka hipotesis kedua "Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen terhadap kain tenun pada Mutmainah Kota Bima", dinyatakan diterima dan terbukti kebenarannya.

D. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah. Beberapa kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen terhadap kain tenun pada Mutmainah Kota Bima. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa Harga mempunyai pengaruh positif atau signifikan terhadap Minat Beli, dimana Minat Beli yang tinggi dapat dibentuk oleh adanya Harga yang

ditawarkan oleh penyedia jasa atau produk.

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen terhadap kain tenun pada Mutmainah Kota Bima. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Beli konsumen terhadap kain tenun pada Mutmainah Kota Bima dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang dihasilkan oleh Mutmainah Kota Bima.

E. Daftar Pustaka

- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). *Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Kurniasari, N. D., & Santoso, S. B. (2013). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).

- Prasetio, A. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Slat, A. H. (2013). Analisis harga pokok produk dengan metode full costing dan penentuan harga jual. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).