

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
DI TOKO SEMBAKO KEMBAR DESA LUBUK BILANG KECAMATAN RAMBAH
SAMO**

Dona Misari¹, Hendry Kurniawan², Afrijal³

^{1,2,3}Universitas Pasir Pengaraian

Email : misaridona@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and product quality on purchasing interest at the Sembako Kembar grocery store in Lubuk Bilang Village, Rambah Samo District. This is a quantitative study. This study employs saturated sampling with a sample size of 90 participants. The data analysis methods used include multiple linear regression analysis and hypothesis testing with the assistance of SPSS 25 software. The results of this study indicate that, individually, the price variable has a positive and significant influence on purchasing interest, and product quality has a positive and significant influence on purchasing interest. Simultaneously or together, the price and product quality variables have a positive and significant influence on purchasing interest. Recommendations for future researchers are to use this study as a basis for further research by incorporating other variables not examined in this study.

Keywords : Price, Product Quality, and Purchase Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat pembelian di toko Sembako Kembar Desa Lubuk Bilang Kecamatan Rambah Samo. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan sampling jenuh. dengan jumlah sampel sebanyak 90 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis dengan bantuan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. Secara simultan atau bersama – sama variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat pembelian. Saran untuk peneliti selanjutnya adalah agar dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Kata-kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, dan Minat Pembelian

PENDAHULUAN

Masyarakat diberikan kebebasan dalam berbelanja sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka yang menimbulkan perubahan gaya hidup yang lebih konsumtif dan gaya cara pembelian kebutuhan sehari-harinya. (Dermawan & Junia, 2024) kegiatan pembelian yang dijalankan masyarakat mendapati transfigurasi karena terjadi era modernisasi. Wardoyo dan Andini dalam (Rohmania et al., 2023) dengan menggunakan salah satu perangkat atau gawai, konsumen atau pelanggan dapat membeli atau belanja di berbagai website, yang disebut pasar online atau online shop. Pasar online memberikan berbagai kemudahan akses dapat berbelanja di mana saja dan kapan saja tidak langsung ke toko, pilihan produk yang beragam, dan berkualitas, harga yang kompetitif, dan mudah dalam bertransaksi.

Sejalan dengan yang dikemukakan oleh (Rohmania et al., 2023) konsumen tidak harus untuk mendatangi toko atau pusat perbelanjaan untuk membeli atau berbelanja. Kehadiran toko atau pasar online mengakibatkan pedagang toko tradisional menjadi tersisihkan sampai mengalami kekurangan pendapat. Harga dan kualitas produk menjadi hal yang menjadi pertimbangan masyarakat untuk memilih berbelanja online dibanding berbelanja langsung ke toko. Adanya fenomena berbelanja secara online yang telah terjadi beberapa tahun kebelakang ini, mempengaruhi memberikan dampak terhadap minat beli konsumen untuk berbelanja ke toko atau pasar tradisional. Minat pembelian dari masyarakat untuk berbelanja langsung ke toko menjadi berkurang. Hal tersebut berdampak menjadi berkurangnya volume penjualan suatu perusahaan, pasar, dan toko.

Harga dan kualitas produk menjadi faktor yang memberikan pengaruh terhadap volume penjualan untuk suatu toko atau perusahaan. Selain itu persaingan antar sesama toko menjadi salah satu faktor yang memberikan konsumen banyak pilihan dan hak untuk memilih harga dan kualitas produk yang mereka inginkan. Sejalan dengan Kencana dalam (Mustofa et al., 2021) harga memberikan pengaruh signifikan dan positif terhadap volume penjualan. Harga dan kualitas produk juga menjadi indikator dalam volume penjualan. Seperti yang dikemukakan Kotler dalam (Santoso et al., 2023) cakupan indikator dalam volume penjualan yaitu kualitas produk, saluran distribusi, promosi, dan harga. Berkurangnya konsumen dalam pembelian produk secara langsung ke toko merupakan dampak perubahan dari masyarakat yang berbelanja. Sehingga akan menjadi persoalan untuk lebih diperbaiki dan lebih meningkatkan inovasi toko atau pasar tradisional untuk bisa berkompetisi dengan pasar online. Salah satunya dengan meningkatkan pemasaran yang lebih menarik yaitu dengan tata cara atau letak sebuah produk yang dapat dijangkau langsung oleh pembeli, harga yang murah, dan meningkatkan kualitas produk.

Hasil data penjualan atau volume penjualan toko sembako Kembar Desa Lubuk Bilang mengalami kenaikan yang cukup signifikan secara berturut-turut dari bulan januari sampai dengan bulan mei 2024.

Dalam dunia bisnis ritel terutama dalam sektor toko sembako, harga dan kualitas produk merupakan dua faktor utama yang mempengaruhi minat pembelian pelanggan. Toko sembako kembar di desa lubuk bilang kecamatan rambah samo, telah menunjukkan tren penjualan yang cukup baik, dengan pelanggan yang cenderung tetap dan stabil. Hal ini menunjukkan indikasi positif bahwa toko sembako kembar telah mampu menarik minat konsumen melalui strategi dan kualitas produk yang di tawarkan.

Salah satu strategi yang dapat adalah dengan menata produk di sebuah toko merupakan salah satu hal yang harus dilakukan oleh penjual untuk menarik perhatian pembeli. Seperti penelitian yang sudah dilakukan (Wulansari &

Chulkamdi, 2022) dengan menggunakan Data Mining yaitu untuk menentukan tata letak produk atau barang dagangan dengan menggunakan algoritma apriori, yang diharapkan bisa meningkatkan volume penjualan dan membantu penjual untuk tata letak produk sesuai dengan tempat dan fungsinya.

Dengan hasil penelitian didapatkan bahwa munculnya solusi penataan produk dan perhitungan tata letak produk yang ditawarkan atau dijual. Selain itu juga diperoleh pengurutan jumlah atau perankingan produk dari yang terbanyak sampai terkecil. Dengan meletakkan produk paling banyak transaksinya disimpan paling atas, begitupun sebaliknya. Kualitas produk di toko sembako kembar senantiasa dijaga dengan baik dan diteliti, dapat dilihat pemilik toko yang selalu mengecek tanggal kadaluarsa produk, sehingga produk yang di pajang di etalase hanya produk yang memiliki simpan yang lebih lama.

Berdasarkan penelitian selanjutnya yang dilakukan (Kusnandar & Hamdani, 2024) dengan menerapkan layout dan strategi pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan. Layout yang strategis dengan tata letak atau penataan produk unggulan, agar konsumen lebih mudah menemukan produk yang dibutuhkan yang diharapkan menarik bagi konsumen dan meningkatkan volume penjualan yang signifikan. Layout atau tata letak produk menurut Andryzio dalam (Kusnandar & Hamdani, 2024) yaitu pendekatan pengaturan fasilitas dimana peralatan, mesin, dan stasiun kerja diatur berdasarkan urutan produksi dari produk yang sama.

Tujuannya untuk meminimalkan waktu dan jarak. (Kusnandar & Hamdani, 2024) tata letak produk biasanya diterapkan pada produksi berkelanjutan atau massal, produk yang diproduksi sama dan terstandarisasi, seperti pada industri elektronik atau otomotif. Hasilnya yaitu penerapan layout yang efektif dapat meningkatkan volume penjualan pada warung sembako secara signifikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat pembelian di salah satu toko sembako. Pada penelitian ini menggunakan data hasil survei pada salah satu toko sembako dengan fokus pada harga dan kualitas produk yang merupakan faktor terhadap minat pembelian. penelitian ini dilakukan pada bulan bulan November sampai dengan Januari 2025. Populasi pada penelitian kali ini adalah konsumen atau pelanggan yang membeli atau berbelanja kebutuhan dan keinginannya di toko sembako Kembar Desa Lubuk Bilang Kecamatan Rambah Samo yang menjadi objek penelitian. Dikarenakan jumlah konsumen yang pernah berbelanja di toko sembako kembar banyak. Maka Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Populasi dikarenakan jumlah dalam penelitian ini tidak di ketahui maka jumlah sampel adalah 5-10 x indikator sehingga dalam penelitian ini jumlah sampelnya adalah $10 \times 9 = 90$ responden. Teknik pengambilan data penelitian ini yaitu menggunakan angket atau kuisisioner. Teknik analisis data penelitian ini menggunakan beberapa uji seperti Analisis Data Deskriptif dan Uji Kualitas Data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kuantitatif

Analisis deskriptif kuantitatif berusaha untuk memberikan gambaran komprehensif tentang variabel studi yang didasarkan pada data yang diambil dari 90 responden. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada konsumen toko sembako Kembar Desa Lubuk Bilang Kecamatan Rambah Samo. Kelompok responden terdiri dari beragam kelompok umur, jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan. Variabel yang dinilai meliputi kualitas produk, harga, dan minat pembelian. Setiap variabel dievaluasi menggunakan skala Likert 1-5 (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju). Berikut adalah hasil deskripsi data berdasarkan distribusi nilai analisis TCR (Tingkat Capaian Responden).

1. Variabel harga dapat dikategorikan sangat baik karena nilai total rata-rata TCR pernyataan kuesioner yaitu sebesar 87.27%.
2. Variabel kualitas produk dapat dikategorikan sangat baik karena nilai total rata-rata TCR pernyataan kuesioner yaitu sebesar 84.63%.
3. Variabel minat beli dapat dikategorikan sangat baik karena nilai total rata-rata TCR pernyataan kuesioner yaitu sebesar 86.27%.

Uji Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan α 0,05. Suatu pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keputusan
Harga	X1.1	0.875	0.209	Valid
	X1.2	0.913	0.209	Valid
	X1.3	0.886	0.209	Valid
	X1.4	0.871	0.209	Valid
	X1.5	0.807	0.209	Valid
	X1.6	0.657	0.209	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0.880	0.209	Valid
	X2.2	0.937	0.209	Valid
	X2.3	0.913	0.209	Valid
	X2.4	0.899	0.209	Valid
	X2.5	0.777	0.209	Valid
	X2.6	0.706	0.209	Valid
Minat Pembelian	Y1.1	0.865	0.209	Valid
	Y1.2	0.931	0.209	Valid
	Y1.3	0.886	0.209	Valid
	Y1.4	0.888	0.209	Valid
	Y1.5	0.755	0.209	Valid
	Y1.6	0.668	0.209	Valid

Sumber : Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat dikatakan bahwa semua indikator variabel dalam penelitian ini valid karena nilai r hitung $>$ r tabel sehingga dapat digunakan untuk mengukur variabel yang ingin diukur dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas dalam penelitian dilakukan dengan statistik Cronbach's Alpha dengan nilai 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of item	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keputusan
Minat Pembelian (Y)	6	0.912	0.6	Reliabel
Harga (X1)	6	0.919	0.6	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	6	0.925	0.6	Reliabel

Sumber : Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel dependen dan independen dalam penelitian ini dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya sebagai alat untuk mengumpulkan data karena memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas merupakan uji prasyarat untuk analisis regresi linier berganda dimana model regresi linier yang terpercaya residual datanya harus berdistribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov dan Normal P-plot.

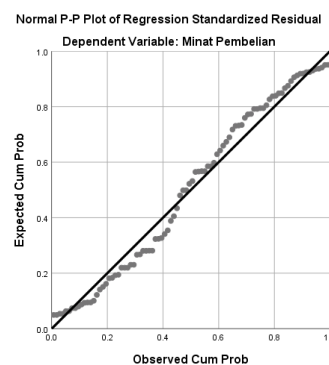
Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.29295239
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.048
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 1. Normal Probability Plot



Sumber : Data olahan 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai signifikansi adalah 0,200. Nilai $0,200 > 0,05$ sehingga disimpulkan bahwa distribusi variabel adalah normal, dengan demikian, dan hasil uji Normal P-plot dimana data pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik atau data berada di dekat dan mengikuti garis

diagonal dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

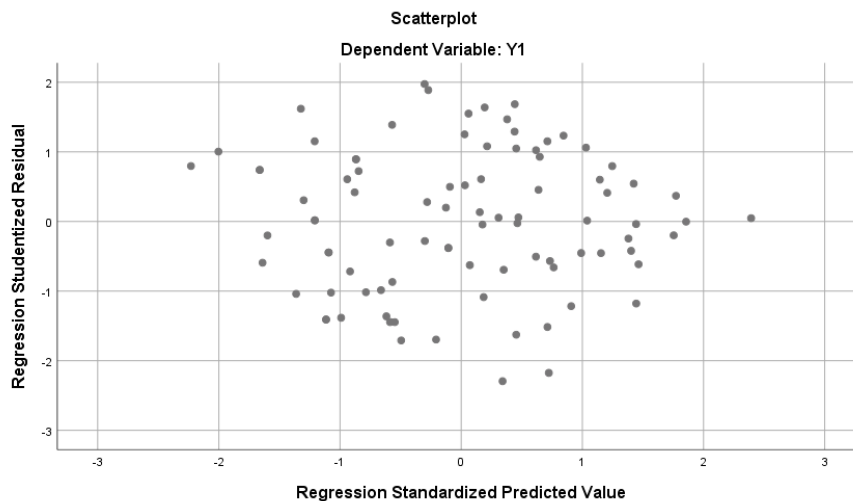
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	.849	1.178
	Kualitas	.849	1.178
	Produk		

a. Dependent Variable: Volume Penjualan

Sumber : Data olahan 2025

Selanjutnya uji multikolinieritas dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance nya. keempat variabel independent memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0.1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami multikolinearitas.

Gambar 2. Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data olahan 2025

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan uji salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat pada grafik scatter plot. Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa data menyebar di atas dan di bawah nilai 0 pada sumbu Y, yang berarti model regresi pada penelitian ini tidak terdapat gejala atau gangguan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas, yaitu harga dan kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu minat pembelian (Y).

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	29.965	1.085		27.606	.000
	Harga	.095	.044	.228	2.179	.032
	Kualitas Produk	.089	.032	.290	2.768	.007

a. Dependent Variable: Minat Pembelian

Sumber : Data olahan 2025

$$Y = 29.965 + 0,095 X1 + 0,089 X2 + e$$

Hasil persamaan regresi diatas dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 29.965 menyatakan bahwa jika nilai harga dan kualitas produk diasumsikan nol maka keputusan pembelian bernilai 29.965.
2. Koefisien regresi variabel Harga (X1) sebesar 0.095 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1% harga akan meningkatkan minat pembelian sebesar 0,095. Hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh harga yang murah dan terjangkau yang ada bisa meningkatkan minat pembelian .
3. Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0.089 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) 1% kualitas produk akan meningkatkan minat pembelian sebesar 0,089. Hal ini dapat diartikan bahwa pengaruh kualitas produk yang baik dan sesuai dengan kebutuhan bisa meningkatkan minat pembelian.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.316	.451	2.763

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

b. Dependent Variable: Minat Pembelian

Sumber : Data olahan 2025

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,451. Dalam hal ini berarti 45% variasi variabel Volume Penjualan dijelaskan oleh variabel bauran pemasaran 4P. Sedangkan sisanya 55% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen. Nilai t tabel adalah sebesar 1.987.

Tabel 7. Hasil Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	29.965	1.085		27.606	.000
	Harga	.095	.044	.228	2.179	.032
	Kualitas Produk	.089	.032	.290	2.768	.007

a. Dependent Variable: Minat Pembelian

Sumber : Data olahan 2025

Berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen (harga dan kualitas produk) pada penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (minat pembelian) karena memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05.

Tabel 8. Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.434	2	17.217	10.068	.000 ^b
	Residual	148.784	87	1.710		
	Total	183.218	89			

a. Dependent Variable: Minat Pembelian

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

Sumber : Data olahan 2025

Uji f dilakukan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara bersama sama terhadap variabel terikat dengan f tabel sebesar 3,102. Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas, menunjukkan nilai F hitung sebesar 10.068 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Karena probabilitas signifikansinya kurang dari 0,05, maka H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti dapat dikatakan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap minat pembelian di Toko Sembako Kembar Lubuk Bilang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat pembelian di Toko Sembako Kembar desa Lubuk Bilang dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga memiliki dampak yang positif dan signifikan pada minat untuk membeli di Toko Sembako Kembar.
2. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Toko Sembako Kembar.

3. Studi ini membuktikan bahwa harga dan kualitas produk bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat pembelian.

SARAN

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi Toko Sembako Kembar untuk menarik minat beli pelanggan dengan menetapkan harga yang sesuai dan meningkatkan kualitas produk. Selain itu, penelitian selanjutnya perlu diperluas agar memperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Dermawan, M., & Junia, A. A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Indomaret Daan Mogot 30. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(5), 588–601.
- Kusnandar, A., & Hamdani, D. (2024). Pendampingan dalam Rangka Penerapan Strategi Pemasaran dan Relayout untuk Meningkatkan Volume Penjualan Warung Sembako Ibu Cucum Sumiati Pendampingan dalam Rangka Penerapan Strategi e-ISSN: 2809-8862 Pemasaran dan Relayout untuk Meningkatkan Volume p-ISS. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15(September).
- Mustofa, A. Y., Bhirawa, S. W. S., & Muslih, B. (2021). Analisis volume penjualan beras lokal ditinjau dari harga, kualitas produk dan pelayanan di toserba bahagiananjung. *SENMEA: Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*.
- Rohmania, D. R., Nasrullah, M., Utami, Y. L., & Caniago, S. A. (2023). PENGARUH PASAR ONLINE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DAN DAMPAKNYA PADA PASAR TRADISIONAL. *Jurnal Sahmiyya*, 2(1), 222–229.
- Santoso, R. A., Ikhwan, S., & Riono, S. B. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Volume Penjualan Produk di PT Warung Pintar Distributor Cirebon. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*.
- Wulansari, Z., & Chulkamdi, M. T. (2022). Penerapan Algoritma Apriori untuk Menentukan Tata Letak Menempatkan Barang Dagangan. *Generation Journal*, 6(1), 45–57.