

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN  
TERHADAP PRODUK INDUSTRI RUMAH TANGGA KEDAI  
MUMTAZA  
DI KOTA BENGKULU**

**Duharman<sup>1</sup>, Bahrin<sup>2</sup>**

[Duharman@gmail.com](mailto:Duharman@gmail.com)<sup>1</sup>, [Bahrin\\_lppm@gmail.com](mailto:Bahrin_lppm@gmail.com)<sup>2</sup>

Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Muhammadiyah Bengkulu

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui apa saja produk Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu. 2) Untuk mengetahui apakah faktor kualitas produk, layanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu. 3) Untuk mengetahui berapa besar pengaruh minat beli konsumen Terhadap Hasil Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan datanya dilakukan secara observasi dan penyebaran angket atau kuesioner. Teknik analisis datanya menggunakan 1. Analisis Deskriptif 2. Analisis Regresi Linier Berganda. 3. Uji Hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya kontribusi pengaruh ketiga variabel independen terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen sebesar 64,3%, sedangkan 35,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Layanan, Harga dan Minat Beli Konsumen.**

**PENDAHULUAN**

Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk ( Moh. Martono R.A.P dan Sri Setyo Iriani : 2014). Sehingga minat pembelian ini menciptakan suatu keinginan yang sangat kuat dengan meningkatkan daya beli masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya

Faktor mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas produk, layanan, dan harga (Albari & Liriswati, 2004; Sheila & Rahma, 2007; Dewa, 2009). Kualitas produk berkaitan dengan keunggulan produk yang layak untuk dijual serta sesuai dengan harapan konsumen baik dari segi warna, penampilan, porsi, aroma dan yang paling penting adalah soal rasanya, layanan juga berperan penting karena sebagai penyedia jasa dalam melayani konsumennya, dan harga ini merupakan nilai dari produk yang ditetapkan oleh penjual yang dimana mampu menyesuaikan dari kualitas produk dan layanan yang dikeluarkan oleh penjual sehingga dari beberapa faktor tersebut mampu menarik minat beli konsumen pada pembelian.

Dikota Bengkulu sendiri bisnis Industri Rumah Tangga dalam bidang kuliner sudah berkembang pesat dan semua bersaing demi merebut kepercayaan dari konsumen. Namun ada juga yang tidak mampu bertahan dan mendirikan bisnis tersebut hanya seperti penjual musiman atau pada saat kuliner tersebut sedang tren saja, dan ada juga yang mampu bertahan meskipun banyak kuliner-kuliner baru yang bermunculan, salah satunya Kedai Mumtaza yang telah berdiri pada Tahun 2012 dan menjadi pendiri kuliner Piscok pertama di Kota Bengkulu yang beralamat di Kelurahan Anggut atas, Kec. Ratu Samban, dekat simpang 3 Masjid Akbar At-Taqwa Kota Bengkulu. Dengan banyaknya pesaing industri rumah tangga yang lain yang berdiri di Kota Bengkulu, Kedai Mumtaza mampu bertahan dengan produk utamanya yaitu Piscok meller dan produk tambahan lainnya dengan memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik serta harga yang terjangkau sehingga mampu menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan permasalahan di atas, penulis tertarik meneliti tentang “ Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu”. Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang masalah tersebut, maka dapat dikemukakan rumusan masalah dari penelitian ini adalah 1. Apa saja produk Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu. 2. Apa saja faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu. 3. Berapa besar pengaruh minat beli konsumen Terhadap Hasil Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan datanya dilakukan secara observasi dan penyebaran angket atau kuesioner. Teknik analisis datanya menggunakan 1. Analisis Deskriptif 2. Analisis Regresi Linier Berganda. 3. Uji Hipotesis. Teknik Pengumpulan Data Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut. 1 Observasi ini dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan, pencatatan dan menyebarkan angket kepada responden untuk mengetahui tanggapan terhadap penilaian dalam melakukan pembelian produk di Kedai Mumtaza. 2 Angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup. Angket tertutup adalah merupakan daftar pertanyaan yang alternatif jawabannya telah disediakan oleh peneliti. Angket disebarkan pada konsumen Kedai Mumtaza untuk mendapatkan data tentang faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen Usaha Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu. Dalam setiap angket berisi alternative jawaban dan diberi skor jawaban. Teknik Analisis Data dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut, Analisis Deskriptif Dalam analisis ini dilakukan pembahasan mengenai faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk industri rumah tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu, dengan menggunakan rumus rata-rata hitung (*Mean*). Rata-rata hitung (*Mean*) merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Rata-rata hitung (*Mean*) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = Mean (Rata-rata)

$\sum X_i$  = Jumlah nilai X ke i sampai ke n

$n$  = Jumlah sampel atau banyak data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda, yaitu teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh keseluruhan variabel X terhadap variabel Y.

Menurut Sugiyono (2014:277) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan: Y : Minat beli

a : Konstanta

b : Koefisien regresi

X<sub>1</sub> : Kualitas Produk

X<sub>2</sub> : Layanan

X<sub>3</sub> : Harga

Sugiyono(2010:27)

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel independen dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dihitung korelasi berganda. Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau kekuatan hubungan variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub> dengan Y . Korelasi yang digunakan adalah korelasi ganda dengan rumus:

$$R(x_1, x_2, x_3, y) = \frac{\sqrt{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y}}{Y_2}$$

Interprestasi terhadap kuatnya hubungan korelasi adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Interpretasi Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0, 599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sugiyono (2010:250)

Setelah korelasi dihitung dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi. Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien korelasi berganda

Sugiyono (2010:231)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa besarnya kontribusi pengaruh ketiga variabel independen terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen sebesar 64,3%, sedangkan 35,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Penelitian ini dilakukan untuk membahas faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza Kota Bengkulu. Minat beli konsumen terhadap produk Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza Kota Bengkulu dalam penelitian ini di analisis berdasarkan faktor yaitu kualitas produk, layanan dan harga.

### 1. Faktor Kualitas produk

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa kualitas produk memiliki tingkat signifikan sebesar 0,002. Dari hasil uji t pada variabel kualitas produk menyatakan bahwa signifikan uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,269 sedangkan nilai t hitung

yang diperoleh 5,149 lebih besar dari t tabel 2,01290. Berdasarkan hasil tersebut maka "kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen". Berdasarkan hasil akhir perhitungan tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk, dapat dilihat tabel 4.5 bahwa hasil akhir atau nilai rata-ran skor yaitu (3,43) nilai tersebut berada pada kisaran interval 3,26 - 4,00 berdasarkan persepsi responden pada kondisi yang sangat puas terhadap kualitas produk Kedai Mumtaza. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila kualitas produk meningkat maka minat beli konsumen akan meningkat pula. Yang artinya apabila Kedai Mumtaza memberikan kualitas produk yang semakin baik maka minat beli konsumen semakin meningkat. Sesuai karakteristik responden pada penelitian yang didominasi oleh perempuan, mereka akan lebih teliti dalam membeli produk yang dijual agar hasil yang didapat sesuai dengan yang diharapkan. Hasil analisis yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan relevan dengan penelitian yang dilakukan Yohana F. Cahya Palupi Meilani dan Sahat Simanjuntak (2012) "Faktor yang mempengaruhi Minat beli Produk Makanan Dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tangerang". kualitas produk, berpengaruh signifikan terhadap minat beli secara simultan.

## 2. Faktor Layanan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa layanan memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000. Dari hasil uji t pada variabel layanan menyatakan bahwa signifikan uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,336 sedangkan nilai t hitung yang diperoleh 3,819 lebih besar dari t tabel 2,01290. Berdasarkan hasil tersebut maka "layanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen". Berdasarkan hasil akhir perhitungan tanggapan responden terhadap variabel layanan, dapat dilihat tabel 4.6 bahwa hasil akhir atau nilai rata-ran skor yaitu (3,41) nilai tersebut berada pada kisaran interval 3,26 - 4,00 berdasarkan persepsi responden pada kondisi yang sangat puas terhadap layanan yang diberikan oleh Kedai Mumtaza. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan layanan yang didapatkan sesuai harapan konsumen akan menciptakan minat beli konsumen. Layanan yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi usaha industri rumah tangga. Hasil analisis yang menyatakan bahwa layanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen, relevan dengan penelitian yang dilakukan Eva Sheilla Rahma (2007) "Analisis pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap minat beli dan dampaknya pada keputusan pembelian".

## 3. Faktor Harga

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa harga memiliki tingkat signifikan sebesar 0,003. Dari hasil uji t pada variabel harga menyatakan bahwa signifikan uji t lebih kecil dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,299 sedangkan nilai t hitung yang diperoleh 3,148 lebih besar dari t tabel 2,01290. Berdasarkan hasil tersebut maka "harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen". Berdasarkan hasil akhir perhitungan tanggapan responden terhadap variabel harga, dapat dilihat tabel 4.7 bahwa hasil akhir atau nilai rata-ran skor yaitu (3,55) nilai tersebut berada pada kisaran interval 3,26 - 4,00 berdasarkan persepsi responden pada kondisi yang sangat puas terhadap harga produk yang diberikan oleh Kedai Mumtaza. Hasil

analisis diatas menunjukkan bahwa Kedai Mumtaza mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan sehingga tercipta minat beli konsumen seperti, harga yang terjangkau, harga yang sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang diperoleh oleh konsumen. Harga merupakan sesuatu yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Apabila harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas produk yang diharapkan, maka konsumen akan dengan cepat menyadari hal tersebut. Harga yang terlalu murah juga berdampak pada kualitas suatu produk, namun harga yang terlalu mahal konsumen juga harus mempertimbangkannya. Harga yang dilihat dari sudut pandang konsumen seringkali digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut di hubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu produk dengan kualitas dan kesesuaian harga dengan manfaat menjadi salah satu faktor tersendiri dalam membentuk minat beli konsumen. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Budi Utomo Sugiarto & Dr. Hartono Subagio, S.E, M.M (2014) “Analisa pengaruh produk, kualitas pelayanan, harga, dan store atmosphere terhadap minat beli di dream of khayangan art resto Surabaya”.

Kualitas produk, Layanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan tabel 4.10 diketahui bahwa ketiga variabel independen kualitas produk, layanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yakni minat beli konsumen di Kedai Mumtaza Kota Bengkulu. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji simultan dengan nilai signifikansi sebesar nilai F-hitung sebesar 27,602 dan nilai F-tabel sebesar 2,81. Sedangkan signifikansinya sebesar 0,000. Selain itu juga diketahui bahwa besarnya kontribusi pengaruh ketiga variabel independen terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen sebesar 64,3%, sedangkan 35,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Adapun tanggapan responden terhadap variabel Minat Beli Konsumen Berdasarkan hasil akhir perhitungannya dapat dilihat tabel 4.8 bahwa hasil akhir atau nilai rata-rata skor yaitu (3,40) nilai tersebut berada pada kisaran interval 3,26 - 4,00 yang berarti penilaian tersebut bahwa minat beli konsumen sangat puas dalam melakukan pembelian di Kedai Mumtaza.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Produk Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu adalah suatu produk makanan yang diperjualkan dan menu produk tersebut terdiri dari piscok (pisang coklat), es pisang ijo, kebab dan roti Maryam. Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada produk Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota Bengkulu, adalah kualitas produk, layanan, dan harga. Berikut ini hasil akhir perhitungan tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk yang dinyatakan sangat puas karena hasil akhirnya sebesar (3,43), untuk hasil akhir perhitungan layanan yang dinyatakan sangat puas karena hasil akhirnya sebesar (3,41), untuk hasil akhir perhitungan harga dinyatakan sangat puas karena hasil akhirnya sebesar (3,55), dan untuk hasil akhir perhitungan minat beli konsumen dinyatakan sangat puas karena hasil akhirnya sebesar (3,40). Pengaruh minat beli konsumen Terhadap Hasil Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza di Kota

Bengkulu adalah sebesar 64,3%, sedangkan 35,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran yang penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah : Bagi Penjual. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi untuk pihak Usaha Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza Kota Bengkulu dalam menjual produk-produknya, agar semakin diminati dengan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pelayanan yang baik dan harga yang kompetitif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga konsumen berminat dalam melakukan pembelian pada produk tersebut. Bagi Konsumen. Diharapkan bagi konsumen untuk menggunakan penelitian ini sebagai informasi dalam melakukan pembelian dengan baik di Usaha Industri Rumah Tangga Kedai Mumtaza Kota Bengkulu. Bagi Pemerintah. Diharapkan bagi pemerintah untuk lebih peduli mengenai Usaha Industri Rumah Tangga dari segi regulasi, perpajakan, dan lain sebagainya untuk meningkatkan UMKM ke jenjang global.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmad, H. 2013. Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 KG dalam meningkatkan Citra Perusahaan (Studi Kasus pada PT. Hero Gas Jaya Ponorogo). *Jurnal STIE Dharma Iswara Madiun Ekomaks*,2.
- Arikunto, Suharsimi (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budi Utomo Sugiarto dan Dr. Hartono Subagio.S.E., M.M. 2014. Analisa Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, dan Store Atmosphere terhadap minat beli di Dream Of Khayangan Art Resto Surabaya. Vol. 2 No. 1
- Daniel Dama. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer di Toko Lestari Komputer Manado. Vol. 16 No. 1
- Data Statistik.(2019 ). ” Indikator Kualitas Pelayanan Menurut Para Ahli”. ([www.prasetyahermawanprayoga.blogspot.com](http://www.prasetyahermawanprayoga.blogspot.com)). Online Tanggal 04 Oktober 2016
- Data Statistik.(2020). ” Populasi dan Sampel Penelitian 3 : Pengambilan Sampel dari Populasi tak terhingga dan tak jelas”. ([www.tatangmanguny.com](http://www.tatangmanguny.com)). Online Tanggal 13 Mei 2020
- Data Statistik.(2020). ” Pengertian Minat Beli dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Menurut Ahli ”. ([www.olaksono.26.blogspot.com](http://www.olaksono.26.blogspot.com)). Online Tanggal 07 Maret 2015

- Data Statistik.(2020). ” Definisi Produk Menurut Para Ahli ”. ([www.marketingeducate.blogspot.com](http://www.marketingeducate.blogspot.com)). Online Tanggal 23 Oktober 2017
- E. Desi Arista dan Srirahayu Triastuti. 2011. Analisis Pegaaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. Vol. 13 No. 1 ISSN 1693-928X
- Eva Sheilla Rahma. 2007. Analisis pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap minat beli dan dampaknya pada keputusan pembelian
- Jipyono, Fandy (2013). *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta
- Mardikawati, W., & Farida, N. 2013. Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan Bus Efisiensi (Studi PO Efisiensi Jurusan Yogyakarta-Cilacap). *Jurnal Administrasi Bisnis*,2.
- Moh. Martono R.A.P dan Sri Setyo Iriani. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. Vol. 2 No. 2
- Muhammad Fakhru Rizky NST dan Hanifa Yasin. 2014. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. Vol. 14 No. 2
- Nel Arianty. 2017. Analisis Usaha Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, tulus T.H (2017). *Usaha Mikro,kecil dan menengah*.Gogor : Ghalia Indonesia
- Yohana F. Cahya Palupi Meilani dan Sahat Simanjuntak. 2012. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah Kabupaten Tanggerang. Vol.14 No. 2