

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI PADA MOOD GALLERY KEPAHIANG

Onsardi (1) Sulastri (2)

(1,2) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu
sulastrihaska@gmail.com

ABSTRACT

The research aims to determine the effect of product quality and location on buying interest at mood gallery kepahiang (Study On People Of Kepahiang regency). It is a quantitative study with the sample of 120 respondents, using accidental sampling. The data was collected using interview, observation and questionnaires. The data was analyzed using the classic assumption test, multiple linear regression, coefficient of determination (R^2) and hypothesis testing. The results of this research can be seen from the multiple linear regression test using SPSS namely $Y = 2,662 + 0,436 (X_1) + 0,487 (X_2)$. From the results of the hypothesis test that product quality (X_1) has a positive effect on buying interest at mood gallery Kepahiang, with T test results showing a significance value of $0,005 < 0,050$. The location (X_2) has a positive effect on buying interest at mood gallery Kepahiang, with T test results showing a significance value of $0,001 < 0,050$. It means that H_0 was refused while H_a was accepted. In other words the quality product and location have a significant effect both partially and simultaneously on buying interest at mood gallery Kepahiang. It is evidenced by the F test showing a significance value of $0,000 < 0,050$.

Keywords : *Quality Product, Location, Buying Interest*

PENDAHULUAN

Di dalam dunia bisnis semakin lama semakin berkembang, dimana perkembangan pesat tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya. Cara yang dilakukan untuk mencapai keberhasilan dalam menjalankan suatu bisnis salah satunya dengan melakukan kegiatan pemasaran, (Kotler,2000). Saat ini persaingan bisnis yang bergerak dalam bidang *fashion* semakin marak menuntut setiap perusahaan untuk selalu bersaing dalam menarik konsumen terutama dalam persaingan Usaha Kecil Menengah yang berkaitan dengan Toko Online shop. Oleh karena itu setiap pelaku bisnis dituntut memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi pesaing bisnis

yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usaha-usahanya.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) kualitas produk berhubungan dengan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya termasuk ke dalam keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Menurut Weenas (2013) kualitas produk adalah kemampuan untuk melaksanakan fungsinya meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Menurut Mowen Michael (2002), “Kualitas produk adalah sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja barang atau jasa”.

Lokasi yang strategis berada di pusat kegiatan masyarakat dan lokasi yang dinilai mampu mengalami pertumbuhan ekonomi. Persoalan penting seperti kemungkinan terlihat, lahan parkir, kemudahan akses, keselamatan dan keamanan lokasi merupakan faktor-faktor yang memberi kontribusi pada kesuksesan pemilihan lokasi. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk bisa melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, kenyamanan, ketepatan(pemilihan bahan), dan perbaikan atribut lainnya yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang

akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat beli konsumen pada dasarnya merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Menurut Kotler dan Keller (2016) Minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan bahkan menginginkan suatu produk.

Salah satu toko online shop yang memiliki prospek cukup baik dan berkembang yaitu Mood Gallery Kepahiang. Salah satu daerah yang berpotensi mengembangkan bisnis online shop dibidang fashion adalah Kabupaten Kepahiang yang bertepatan tidak terlalu jauh dari pasar tradisional. Persoalan yang dihadapi oleh Mood Gallery Kepahiang adalah kualitas produk dan lokasi. Namun Mood Gallery tetap sebagai Toko yang menyediakan berbagai produk fashion yang sangat diminati. Sehingga sampai saat ini masyarakat Kabupaten Kepahiang banyak yang menggunakan produk fashion dari Mood Gallery untuk menunjang penampilan dan meningkatkan percaya diri konsumen.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian yang mengangkat judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Pada Mood Gallery Kepahiang”. Penelitian ini dilaksanakan di Toko Mood Gallery yang beralamat di Jl. Lintas Kepahiang-Curup, Dusun Kepahiang, Kecamatan

Kepahiang, Kelurahan Dusun Kepahiang. Penelitian ini dilakukan dari bulan Desember sampai dengan selesai.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan suatu penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif, menurut Sugiyono (2000) penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

Populasi dan Sampel

Sugiyono (2008), dalam Khomilah Munifah (2020) Populasi adalah “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Sedangkan menurut Sutrisno Hadi (2002), dalam Khomilah Munifah (2020) yang dimaksud dengan “populasi adalah Semua individu untuk siapa kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel itu hendak digeneralisasikan. Populasi pada penelitian ini bersifat infinite (tidak diketahui)”. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh konsumen Mood Gallery Kepahiang yang berkunjung atau melakukan transaksi.

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat membentuk sebuah perwakilan populasi.

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara non probability sampling dimana semua populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dijadikan anggota sampel. Prosedur yang digunakan adalah memakai sampling incidental yaitu metode penetapan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila orang yang ditemui tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015).

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel.

Interview (Wawancara)

Menurut Sugiyono (2013) yaitu mengumpulkan data dengan mengadakan Tanya jawab langsung kepada pimpinan atau karyawan yang terkait langsung dengan penelitian.

Observasi

Menurut Sugiyono (2013) metode observasi adalah metode pengumpulan data dimana penyelidik mengadakan pengamatan secara langsung terhadap situasi yang kompleks dan merupakan suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis yang mengutamakan pengamatan dan ingatan.

Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2012). Serta merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden.
Kuesioner

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012), teknik analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

HASIL PENELITIAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang akan dibahas dalam penelitian ini sehingga penulis bisa menggambarkan mengenai tanggapan responden (*Kualitas Produk* dan *Lokasi* terhadap Minat Beli) pada Pada Mood Gallery Kepahiang. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS Versi 24,0 For Windows, maka diperoleh tabel dibawah ini :

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,662	2,034		1,309	,193
	<i>Kualitas Produk</i>	,436	,152	,378	2,875	,005
	<i>Lokasi</i>	,487	,149	,429	3,258	,001

a. Dependent Variable: Minat Beli)

Sumber: Output SPSS 24,0

Dari perhitungan hasil diatas didapatkan persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 2,662 + 0,436 (X_1) + 0,487 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta 2,662 mempunyai arti bahwa apabila variabel *Kualitas Produk* (X_1), *Lokasi* (X_2) terhadap Minat Beli (Y) sama dengan nol, maka variabel Minat Beli akan tetap yaitu 2,662 apabila variabel *Kualitas Produk* (X_1) dan *Lokasi* (X_2) sama dengan nol.
2. Koefisien Regresi X_1 , sebesar 0.436 mempunyai makna jika nilai variabel *Kualitas Produk* (X_1) naik satu satuan maka nilai Minat Beli (Y) akan naik sebesar 0.436 dengan asumsi variabel *Lokasi* (X_2) dianggap tetap.
3. Koefisien Regresi X_2 , sebesar 0.487 mempunyai makna jika nilai variabel *Lokasi* (X_2) naik satu satuan maka nilai variabel Minat Beli (Y) akan naik sebesar 0.487 dengan asumsi variabel *Kualitas Produk* (X_1) dianggap tetap.

4. Hasil penelitian dalam penelitian yang paling dominan mempengaruhi variable Minat Beli (Y) adalah (X_2), Variabel *Kualitas Produk* (X_1) adalah sebesar 0.436 dan Variabel *Lokasi* (X_2) adalah sebesar 0.487.

Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui besarnya presentase sumbangan pengaruh variabel bebas *Kualitas Produk* (X_1) dan *Lokasi* (X_2) terhadap variabel terikat Minat Beli (Y) maka dari perhitungan komputer menggunakan SPSS 24,0 didapatkan uji koefisien determinasi dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 2
Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,787 ^a	,619	,613	2,75067
a. Predictors: (Constant), <i>Lokasi</i> , <i>Kualitas Produk</i>				
b. Dependent Variable: Minat Beli)				

Sumber: Output SPSS 24,0 (lampiran 5)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai koefisien determinasi Adjusted (R^2) diperoleh nilai sebesar 0.619 (Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, 2016:51). Nilai ini mempunyai arti bahwa variabel *Kualitas Produk* dan *Lokasi* terhadap variabel Minat Beli memberikan sumbangan sebesar 0.619 atau 69.1% terhadap Minat Beli) pada Pada Mood Gallery Kepahiang sedangkan sisanya sebesar 0.309 atau 30.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

Hasil Pengujian Hipotesis Dengan Uji t

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji t dapat dilihat pada table sebagai berikut :

Melalui perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS, maka perbandingan antara t_{hit} dengan $t_{\alpha/2}$ ($n-k-1$) = $120-3-1 = 116$ (1.980) setiap variabel sebagai berikut :

1. *Kualitas Produk* yaitu $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($2.875 > 1.980$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,005 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan *Kualitas Produk* (X_1) terhadap Minat Beli) pada Pada Mood Gallery Kepahiang.
2. Berdasarkan uji t_{hit} untuk variabel *Lokasi* (X_2) yaitu $t_{hit} > t_{\alpha/2}$ ($3.258 > 1.980$) dan ($\text{sig } \alpha = 0,001 < 0,050$), hal tersebut menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan *Lokasi* terhadap Minat Beli pada Pada Mood Gallery Kepahiang. Dari hasil penelitian variable yang dominan adalah variable *Lokasi* (X_2) sebesar 3.258 dan Variabel *Kualitas Produk* (X_1) sebesar 2.875.

Pengujian Hipotesis Dengan Uji F

Untuk menguji pengaruhh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat digunakan uji F sebagai berikut :

Tabel 3
Hasil Pengujian Hipotesis dengan Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1438,722	2	719,361	95,076	,000 ^b
	Residual	885,245	117	7,566		
	Total	2323,967	119			
a. Dependent Variable: Minat Beli)						
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Kualitas Produk						

Sumber: Output SPSS 24,0

Berdasarkan tabel uji hipotesis dengan uji F diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 95.076 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3.920 yaitu ($95.076 > 3.920$) dan ($sig \alpha = 0.000 < 0,050$), maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima artinya secara simultan variabel *Kualitas Produk* dan *Lokasi* berpengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli di Pada Mood Gallery Kepahiang.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Minat Beli (Y)

Dari hasil analisis diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Mood Gallery Kepahiang. Hal ini artinya jika kualitas produk pada Mood Gallery Kepahiang dinaikkan atau ditingkatkan maka minat beli konsumen akan meningkat pula. Hal ini sesuai dengan teori Handoko (2002:23) yang menjelaskan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. Artinya jika suatu barang memiliki kualitas yang sesuai dengan standar ukur yang ditetapkan, minat beli akan semakin meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu Eko Purnomo (2016) dan Vicky Valdian Coanta, Rachmawati Novaria, Agung Pujianto (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Pengaruh Lokasi (X_2) Terhadap Minat Beli (Y)

Dari hasil penelitian diketahui bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Mood Gallery Kepahiang. Hal ini artinya jika Lokasi semakin strategis maka Minat Beli akan semakin meningkat pula. Hal ini sesuai dengan teori Utami (2012:89) yang menjelaskan bahwa Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha, yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Artinya jika Lokasi atau penempatan usahanya strategis maka minat beli akan semakin naik atau meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu Faradiba (2013) dan Rahmi Rosita (2016), Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021) yang menyatakan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh *Kualitas Produk* dan *Lokasi* Terhadap Minat Beli pada Pada Mood Gallery Kepahiang, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Kualitas Produk* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada Pada Mood Gallery Kepahiang.
2. *Lokasi* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli pada Pada Mood Gallery Kepahiang,
3. *Kualitas Produk* dan *Lokasi* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada Pada Mood Gallery Kepahiang
4. Berdasarkan uji koefisien korelasi didapat nilai $R = 0,787$ dan koefisien determinasi = $0,619$ nilai mempunyai makna bahwa *Kualitas Produk* dan *Lokasi* memberikan kontribusi pengaruh sebesar $0,619$ atau $69,1\%$ terhadap Minat Beli (Y) pada Pada Mood Galeri Kepahiang sedangkan sisanya sebesar $0,309$ atau $30,9\%$ dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rifqi Nugroho. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Kasus Pada Online Shop Chopper Jersey)*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Aryandi, J., & Onsardi, O. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 117-127.
- Assael, Henry. 2000. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Edisi Keenam. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.460 Hal.
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Djaslim Saladin, (2015). *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*, Edisi ke 4. Linda Karya. Bandung
- Durianto, Darmadi, (2011). *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, Cetakan XX, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ferdinand, Augusty, (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Ismail, Solihin. 2004. *Kamus Pemasaran*. Cetakan Pertama. Bandung : Penerbit Pustaka.
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Lamb *et.all* (2001). *Pemasaran*, Edisi Pertama, Jakarta : Salemba Empat.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta:

- Mardiastika, Ema (2012).” Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Film, Efek Komunitas dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Menonton dan Implikasinya Terhadap Minat Menonton”. *Jurnal Perpustakaan Universitas Diponegoro Semarang*.
- Moh. Martono R.A.P dan Sri Setyo Iriani.2014.“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwuramongan”. *Diponegoro Journal Of Management* Volume 1, Nomor 2 .Tahun 2014. Halaman 274-281
- Munandar, J. A., & Onsardi, O. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menabung Di Bank Sumsel Babel Kcp Tanjung Sakti. (*Jems*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 43-52.
- Onsardi, O., Wulandari, K., Finthariasari, M., & Yulinda, A. T. (2021). Impact Of Service Marketing On Student Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 7(2), 234-254.
- Salemba Empat
- Sarjono, Haryadi., dan Julianita, Winda. (2013). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sonatasia, D., Onsardi, O., & Arini, E. (2020). Strategi Meningkatkan Loyalitas Konsumen Makanan Khas Kota Curup Kabupaten Rejang Lebong. (*Jmmib*) *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 1(1).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Suryani, Tatik. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Weenas, R.S. (2013), ”Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta,” *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 4, pp. 607-618.c
- Toyib, R., Onsardi, O., & Muntahanah, M. (2020). Promosi Produk Pertanian Dan Kerajinan Menggunakan Website Serta Pembukuan Sederhana di Desa Sido Dadi Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bumi Raflesia*, 3(1).
- Ujang Suwarman. 2004. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Ghalia Indonesia