

Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan PT. Anugerah Dwi Pratama

Mustika Sari

Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kramat Raya No.98, RT.2/RW.9, Kwitang, Kec. Senen,

Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

Korespondensi penulis: sarimustika897@gmail.com

Abstract *PT. Anugerah Dwi Pratama is a company engaged in the supply of goods and services for boiler machines or steam-powered power plants that was founded in 2010 until now. In connection with the growing national and international competition which resulted in a significant decrease in PT. Anugerah Dwi Pratama, it is necessary to carry out an assessment of the determining variables such as quality, product prices on sustainable buying interest, so that the company can continue to maintain and improve its existence. This research helps companies formulate problems to develop company development strategies.*

Keywords: *Quality, Product Price, Purchase Intention*

Abstrak. PT. Anugerah Dwi Pratama adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan Barang dan Jasa service mesin boiler atau pembangkit listrik bertenaga uap yang berdiri sejak tahun 2010 hingga saat ini . Sehubungan mulai tumbuhnya persaingan nasional dan internasional yang mengakibatkan penurunan yang cukup signifikan pada pendapatan PT. Anugerah Dwi Pratama maka perlu dilakukan pengkajian pada variable yang menentukan seperti Kualitas, Harga Produk terhadap Minat Beli yang berkelanjutan, agar perusahaan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya penelitian ini membantu perusahaan merumuskan masalah untuk Menyusun strategi pengembangan perusahaan.

Kata Kunci: Kualitas, Harga Produk, Minat Beli

LATAR BELAKANG

Dalam upaya meningkatkan eksistensi perusahaan mengembangkan bidang jasa dan memperluas market dengan memberikan layanan jasa mesin *Boiler power plant* dan ESP (*Electrostatic Precipitator*) mesin pengendap atau pemisah debu dari hasil pembakaran mesin boiler bahan bakar batu bara. Banyak pelanggan yang memutuskan melakukan pembelian langsung dikarenakan harga yang ditawarkan langsung oleh manufacture lebih kompetitif dibandingkan dengan harga pasaran di Indonesia, tentunya hal tersebut mengakibatkan adanya penurunan minat beli dan menjadi tantangan besar yang dihadapi perusahaan, PT. Anugerah Dwi Pratama terus melakukan evaluasi baik, dari segi kualitas maupun harga produk. Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik melakukan

penelitian dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan PT. Anugerah Dwi Pratama Jakarta**”.

KAJIAN TEORITIS

1. Kualitas produk: kualitas dan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal terkait erat. Menurut Deming (dalam Yamit 2017:7), Kualitas merupakan apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
2. Harga Produk: Menurut Firmansyah (2019:65) harga adalah sejumlah uang yang konsumen bayar untuk membeli produk atau mengganti hak milik produk. Harga dapat dipandang dari dua sudut yaitu sudut pandang konsumen dan pengusaha.
3. Minat Beli Pelanggan: Minat beli sendiri merupakan perilaku konsumen yang hadir sebagai reaksi akan suatu objek yang mengindikasikan adanya Hasrat untuk membeli suatu barang pada diri seseorang (Grunert et al.2018).

Berdasarkan landasan teori maka dirumuskan hipotesa penelitian adalah:

H1 : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan.

H2 : Harga Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan.

H3 : Kualitas Produk dan Harga Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pelanggan.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *probability sampling* dengan teknik sampel random. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS

2. Tempat dan waktu penelitian: PT. Anugerah Dwi Pratama berlokasi di LTC Glodok Lantai 1 Blok C-30 No.25 & 26 dan Blok B-23.5, Jl. Hayam Wuruk No.127, Mangga Besar, Kec. Taman Sari, Kota Jakarta Barat. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Mei sampai Juni 2023.

3. Poulasi dan sampel: Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *probability sampling*, yaitu metode yang didasarkan pada mekanisme yang random dalam pemilihan sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data

Penelitian ini Bersifat Kuantitatif dimana data yang dihasilkan berbentuk angka dan responden merupakan customer PT. Anugerah Dwi Pratama, dari data yang didapat dilakukan analisis menggunakan aplikasi software SPSS. penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas dan Harga Produk terhadap Minat Beli Pelanggan. Data di kumpulkan dengan kuesioner yang dilakukan secara tertutup sebanyak 30 Responden yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang Power Plant, Industri Textile, Paper dan sebagainya. Penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu: Kualitas, Harga dan Minat Beli dan memiliki rata pertanyaan 4

Pengujian Hipotesis

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Kriteria dalam pengujian Uji Validitas adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dapat dikatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen penelitian dapat dikatakan invalid.
3. Degree of freedom (df) = $n - 2$. Tingkat signifikan sebesar 5% atau 0,05.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas	1	0.579	0.374	Valid
	2	0.567	0.374	Valid
	3	0.446	0.374	Valid
Harga Produk	1	0.471	0.374	Valid
	2	0.607	0.374	Valid
	3	0.676	0.374	Valid
	4	0.588	0.374	Valid
Minat Beli Pelanggan	1	0.803	0.374	Valid
	2	0.939	0.374	Valid
	3	0.917	0.374	Valid

Sumber: Hasil Olahan *Software* SPSS, 2023

Berdasarkan sampel $n = 30$ responden dari variabel kualitas (X1), harga produk (X2), dan minat beli pelanggan (Y) dikatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. r_{tabel} dari responden 30 orang adalah 0,374 jadi, r_{hitung} dari masing – masing variabel diatas adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Jika Reliabilitas Alpha Cronbach $> 0,666$ menandakan instrumen pada variabel itu terjamin, maka data tersebut dapat diterima. Jikalau hasil pengeluaran pengujian reliabilitas $< 0,666$ menandakan bahan pengolahan pada variabel tersebut tiada reliabel.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha		N of Items		
.919		10		
Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	37.93	25.168	.759	.910
X1_2	37.97	25.137	.683	.912
X1_3	38.13	24.809	.639	.915
X2_1	38.37	23.413	.699	.912
X2_2	38.27	25.444	.654	.914
X2_3	38.10	24.921	.831	.907
X2_4	38.57	22.806	.740	.910
Y_1	38.17	24.902	.635	.915
Y_2	38.37	23.895	.676	.913
Y_3	38.33	23.402	.778	.907

Sumber: Hasil Olahan *Software* SPSS, 2023

Berdasarkan sampel $n = 30$ responden dari variabel kualitas (X1), harga produk (X2), dan minat beli pelanggan (Y), dikatakan reliabel karena *Alpha Cronbach* $> 0,666$ artinya instrumen pada variabel tersebut reliabel, maka dapat diterima

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Data berdistribusi normal apabila nilai Sig, dari uji normalitas ≥ 0.05 .” Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Kolmogorov-Smirnov*, ukuran sampel harus sama atau lebih besar dari 30 ($N > 30$).

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.46431621
Most Extreme Differences	Absolute	.158
	Positive	.071
	Negative	-.158
Test Statistic		.158
Asymp. Sig. (2-tailed)		.055 ^c
a. Test distribution is Normal.		

b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olahan Software SPSS, 2023

Hasil pengujian dari uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan data Y dengan nilai signifikansi 0.05 yaitu $0.05 > 0.05$ maka dapat diartikan data pengujian dikatakan normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Subando, (2020) Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan linier antar variabel bebas dalam regresi. Jika model regresi terdapat multikolinieritas maka model tersebut memiliki standar error yang besar sehingga koefisien regresi tidak dapat ditaksir dengan ketepatan tinggi. Model dikatakan memiliki masalah kolinieritas bila nilai $VIF > 10$ dan $Tolerance < 0,01$.

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.796	2.275		0.790	0.437		
	Total_X1	0.311	0.212	0.266	2.870	0.043	0.591	1.692
	Total_X2	0.397	0.146	0.492	2.723	0.011	0.591	1.692

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Hasil Olahan *Software* SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance 0.591 dan VIF 1.692 yang berarti hasil tersebut $0.591 > 0,10$ dan nilai VIF $1.692 < 10$. Dari hasil tersebut dapat di simpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.

c. Uji Heterokedastisitas

Metode yang digunakan dalam penelitian uji heterokdastisitas ini menggunakan Metode Glejser, yang dimana:

1. Apabila kita melihat dari uji t nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastistas.
2. Apabila nilai signifikansi dibawah 0,05 maka terjadi heteroskedastistas.

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.557	1.317		0.423	0.676
	Total_X1	0.233	0.123	0.442	1.897	0.069
	Total_X2	-0.153	0.084	-0.423	-1.816	0.081

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Olahan Software SPSS

Berlandaskan dari pengujian glejser bahwasanya hasil signifikan menunjukkan angka diatas 0.05 yaitu pada kualitas 0.069 dan harga produk 0.081 yang bisa diartikan bahwa data tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun persamaan regresi berganda dapat disusun sebagai berikut:

$$(\hat{Y}) = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

\hat{Y} = Minat Beli Pelanggan

A = Konstanta

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga Produk

B1 = Koefisien Regresi dari Kualitas Produk

E = Standard Error

B2 = Koefisien Regresi dari Harga Produk

Tabel 6
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.796	2.275		0.790	0.437
	Total_X1	0.311	0.212	0.266	2.870	0.043
	Total_X2	0.397	0.146	0.492	2.723	0.011

a. Dependent Variable: Total_Y

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan dapat digambarkan sebagai berikut:

$$(\hat{Y}) = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$(\hat{Y}) = 1.796 + 0.311 X_1 + 0.397 X_2$$

Dari persamaan regresi di atas, maka kesimpulan yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a) sebesar 1.796 dengan tanda positif menyatakan bahwa apabila variabel kualitas dan harga produk dianggap 0 maka nilai Y adalah 1.796

2. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0.311 setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan menyebabkan nilai minat beli pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0.311 kali.
3. Nilai koefisien regresi variabel harga produk (X2) sebesar 0.397 setiap peningkatan harga produk sebesar 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan menyebabkan nilai minat beli pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0.320 kali.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Kriteria keputusan:

- a. Berdasarkan nilai statistik tabel
 1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$: maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya, terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (\hat{Y}).
 2. Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$: maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (\hat{Y}).
- b. Berdasarkan nilai probabilitas jika perhitungan dengan (SPSS)
 1. Jika nilai probabilitas $> 5\%$: maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
 2. Jika nilai probabilitas $< 5\%$: maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 7
Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.796	2.275		0.790	0.437
	Total_X1	0.311	0.212	0.266	2.870	0.043
	Total_X2	0.397	0.146	0.492	2.723	0.011
a. Dependent Variable: Total_Y						

Sumber: Hasil Olahan Software SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa:

1. Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap minat beli pelanggan (Y)

Nilai Ttabel dengan 30 responden yaitu 2.048 dan menggunakan signifikan 0.05. Hasil pengujian parsial nilai t_{hitung} positif sebesar $2.870 > 2.048$ dan nilai signifikansi 0.043 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan.

2. Pengaruh harga produk (X2) terhadap minat beli pelanggan (Y)

Nilai Ttabel dengan 30 responden yaitu 2.048 dan menggunakan signifikan 0.05. Hasil pengujian parsial nilai t_{hitung} positif sebesar $2.723 > 2.048$ dan nilai signifikansi 0.011 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan.

2. Uji Simultan (Uji F)

Kriteria keputusan:

a. Berdasar nilai statistik tabel

1. Nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$: H_0 diterima dan H_a ditolak.
2. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$: H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Berdasarkan nilai probabilitas jika terhitung dengan (SPSS).

1. Jika nilai probabilitas $> 5\%$: maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya, tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika nilai probabilitas $< 5\%$: maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Tabel 8
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.284	2	28.642	12.437	.000 ^b
	Residual	62.182	27	2.303		
	Total	119.467	29			
a. Dependent Variable: Total_Y						
b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1						

Sumber: Hasil Olahan Software SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas, Dapat dilihat bahwa tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$ dan diperoleh nilai F_{tabel} 3.354 yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $12.437 > 3.354$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan semua variabel independent (kualitas produk dan harga produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (minat beli pelanggan).

3. Uji Koefisien Determinasi

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

Keterangan :

Kd= Koefisien Determinasi

r^2 = Kuadrat Koefisien Korelasi

Pada dasarnya nilai r berkisar antara -1 dan 1. Apabila nilai r mendekati -1 atau 1, maka ada hubungan yang erat antara variabel independen dengan variabel dependen. Bila r mendekati 0, maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat sangat lemah atau bahkan tidak ada hubungan.

Tabel 9
Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.441	1.518
a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1				
b. Dependent Variable: Total_Y				

Sumber: Hasil Olahan Software SPSS, 2023

Nilai R^2 sebesar 0.479 atau sama dengan 47,9% angka tersebut mengandung arti bahwa variabel kualitas produk dan harga produk secara simultan (Bersama – sama) berpengaruh terhadap variabel minat beli pelanggan sebesar 47,9%. Sedangkan sisanya 52,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

4. Uji Koefisien Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya derajat hubungan antara variabel yang diteliti. Tinggi rendahnya derajat keeratan tersebut dapat dilihat dari korelasinya.

Tabel 10
Analisis Koefisien Korelasi

Correlations				
		Total_X1	Total_X2	Total_Y
Total_X1	Pearson Correlation	1	.640**	.580**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001
	N	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.640**	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000

	N	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.580**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	
	N	30	30	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Sumber: Hasil Olahan *Software* SPSS, 2023

Berdasarkan output SPSS yang ada di tabel diatas, Dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas produk (X1) 0.001 dan variabel harga produk (X2) 0.000 yakni 0,005 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang ada dipenelitian ini terdapat hubungan yang signifikan terhadap variabel minat beli pelanggan (\hat{Y}).

Selain dari nilai signifikan, diperoleh juga nilai koefisien korelasi untuk variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel minat beli pelanggan (\hat{Y}) yakni sebesar 0,580. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan (korelasi) antar variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel minat beli pelanggan (\hat{Y}) cukup/sedang. nilai koefisien korelasi untuk variabel harga produk (X2) terhadap variabel minat beli pelanggan (\hat{Y}) yakni sebesar 0,662. Maka dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan (korelasi) antar variabel harga produk (X2) terhadap variabel minat beli pelanggan (\hat{Y}) kuat.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan uji validitas dengan sampel $n = 30$ responden dari variabel kualitas (X1), harga produk (X2), dan minat beli pelanggan (Y) dikatakan valid karena $R_{hitung} > R_{tabel}$. R_{tabel} dari responden 30 orang adalah 0,374 jadi, R_{hitung} dari masing – masing variabel diatas adalah valid.

Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian realibitas yang dilakukan diperoleh sampel $n = 30$ responden dari variabel kualitas (X1), harga produk (X2), dan minat beli pelanggan (Y), dikatakan reliabel karena $Alpha\ Cronbach > 0,666$ artinya instrumen pada variabel tersebut reliabel, maka dapat diterima.

Hasil pengujian dari uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan data Y dengan nilai signifikansi 0.05 yaitu 0.05=0.05 maka dapat diartikan data pengujian dikatakan normal.

Berdasarkan uji multikolinearitas bahwa nilai tolerance 0.591 dan VIF 1.692 yang berarti hasil tersebut $0.591 > 0,10$ dan nilai VIF $1.692 < 10$. Dari hasil tersebut dapat di

simpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi antara variabel bebas.

Dari pengujian glejser bahwasanya hasil signifikan menunjukkan angka diatas 0.05 yaitu pada kualitas 0.069 dan harga produk 0.081 yang bisa diartikan bahwa data tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas.

Dari penelitian didapatkan persamaan regresi sebagai berikut: $(\hat{Y}) = 1.796 + 0.311 X1 + 0.397 X2$, maka kesimpulannya Nilai konstanta (a) sebesar 1.796 dengan tanda positif menyatakan bahwa apabila variabel kualitas dan harga produk dianggap 0 maka nilai Y adalah 1.796, nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0.311 setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan menyebabkan nilai minat beli pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0.311 kali, dan nilai koefisien regresi variabel harga produk (X2) sebesar 0.397 setiap peningkatan harga produk sebesar 1% dengan asumsi variabel lain tetap, maka akan menyebabkan nilai minat beli pelanggan mengalami kenaikan sebesar 0.320 kali.

Dari hasil uji Hipotesis dapat dilihat bahwa:

1. Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap minat beli pelanggan (\hat{Y})

Nilai T_{tabel} dengan 30 responden yaitu 2.048 dan menggunakan signifikan 0.05. Hasil pengujian parsial nilai thitung positif sebesar $2.870 > 2.048$ dan nilai signifikansi 0.043 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan.

2. Pengaruh harga produk (X2) terhadap minat beli pelanggan (\hat{Y})

Nilai T_{tabel} dengan 30 responden yaitu 2.048 dan menggunakan signifikan 0.05. Hasil pengujian parsial nilai thitung positif sebesar $2.723 > 2.048$ dan nilai signifikansi 0.011 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan.

3. Pengaruh kualitas produk (X1) dan harga produk (X2) secara stimultan terhadap minat beli pelanggan (\hat{Y})

Tingkat signifikansi $0.000 < 0,05$ dan diperoleh nilai F_{tabel} 3.354 yang berarti bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dimana $12.437 > 3.354$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan semua variabel independent (kualitas produk dan harga produk) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (minat beli pelanggan). Nilai R2 sebesar 0.479 atau sama dengan 47,9% angka tersebut mengandung arti bahwa

variabel kualitas produk dan harga produk secara simultan (Bersama – sama) berpengaruh terhadap variabel minat beli pelanggan sebesar 47,9%. Sedangkan sisanya 52,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan Pada PT Anugrah Dwi Pratama. Berdasarkan hasil analisis data, kesimpulan yang bisa diambil dari hasil penelitian ini adalah:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan pada PT Anugrah Dwi Pratama.
2. Harga produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan Pada PT Anugrah Dwi Pratama.
3. Kualitas produk dan harga produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan Pada PT Anugrah Dwi Pratama.

Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini bagi PT Anugrah Dwi Pratama diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan penjualan. Harga produk perlu diperhatikann agar tetap menarik pembeli namun diharapkan PT Anugrah Dwi Pratama tidak menurunkan kualitasnya.

2. Bagi Peneltian Selanjutnya

Bagi Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah sampel penelitian sehingga hasil yang didapatkan lebih konkrit. Lalu melakukan pengumpulan data secara tatap muka sehingga hasil yang didapatkan lebih akurat.

DAFTAR REFERENSI

- Budi Darma. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Re... - Google Books. In Guepedia (p. 7).
- Irfan, A. M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(2), 82. <https://doi.org/10.32507/ajei.v9i2.451>
- Jumantoro. (2019). Pengaruh Kompetensi, Motivasi Kerja, Beban Kerja, Dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Kerja Sumber Daya Manusia Koperasi Serba Usaha Anak Mandiri Ponorogo. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 106. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.244>
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro. *Agora*, 7(2), 1–5.
- Subando, J. (2020). Teknik Analisis Data Kuantitatif (Issue 8.5.2017, pp. 2003–2005). Lakeisha.