

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI OLAHAN IKAN PATIN PADA GRAHA PRATAMA FISH
DESA KOTO MESJID KECAMATAN XIII KOTO KAMPAR**

Oleh : Novia Ananda Putri

Email : novia.ananda3949@student.unri.ac.id

Dosen Pembimbing : Endang Sutrisna

Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia
Kampus Bina Widya

Jl. H. R. Soebrantas Km. 12,5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama Fish desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 100 responden, Penelitian ini berlokasi di Graha Pratama Fish desa Koto Mesjid Kecamatan XII Koto Kampar. Dengan menggunakan SPSS. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dan berganda dengan melalui uji validitas dan uji reabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel penetapan harga dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap minat beli sebesar 57,4% dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli sebesar 31,9% . Kemudian di hasil pengujian secara simultan diketahui bahwa kedua variabel yaitu penetapan harga (X1) dan kualitas produk (X2) terbukti berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen minat beli (Y) sebesar 78,1%.

Kata kunci : penetapan harga, kualitas produk dan minat beli.

***THE EFFECT OF PRICING AND PRODUCT QUALITY ON INTEREST IN
BUYING PROCESSED PATIN FISH AT GRAHA PRATAMA FISH VILLAGE
KOTO MESJID DISTRICT XIII KOTO KAMPAR***

By : Novia Ananda Putri

Email : novia.ananda3949@student.unri.ac.id

Advisory Lecturer : Endang Sutrisna

Study Program Department of Administrative Sciences

Faculty of Social and Political Sciences, Riau University, Pekanbaru, Indonesia

Bina Widya Campus

Jl. HR Soebrantas Km. 12.5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293

Tel/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of pricing and product quality on processed catfish at Graha Pratama Fish, Koto Mesjid Village, XIII District, Koto Kampar. This research method uses quantitative. The sample in this study used an accidental sampling technique of 100 respondents. This research was located at Graha Pratama Fish, Koto Mesjid Village, XII District, Koto Kampar. By using SPSS. The method of analysis of this study uses simple and multiple linear regression analysis by testing the validity and reliability tests. The results showed that partially the pricing variable was stated to have a significant effect on purchase intention of 57.4% and product quality had a significant effect on purchase intention of 31.9%. Then in the simultaneous test results it is known that the two variables, namely pricing (X1) and product quality (X2) have proven to have a significant effect on the dependent variable buying interest (Y) of 78.1%.

Keywords: pricing, product quality and buying interest

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan dunia industri begitu pesat, setiap perusahaan harus selalu melakukan peningkatan secara bertahap dan berkelanjutan agar mampu bersaing

di era globalisasi. Penting bagi perusahaan untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat dan sesuai untuk produk yang akan di jual. Di era globalisasi sekarang ini setiap perusahaan harus mampu menghadapi persaingan yang ketat agar mampu memenangkan persaingan dan mengendalikan sumberdaya untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya demi meningkatkan kesejahteraan.

Melimpahnya hasil perikanan yang ada di Indonesia, yaitu dari hasil perikanan air laut dan hasil perikanan air tawar membuat tingginya tingkat masyarakat dalam mengomsumsi ikan, hal ini membuat peluang usaha yang semakin terbuka, mulai dari pembenihan hingga pengolahan hasil perikanan.

Desa kampung patin memiliki potensi perikanan melalui usaha budidaya kolam ikan lebih kurang 230 Ha dari luas wilayah keseluruhan desa tersebut 425,5 Ha. Ikan Patin merupakan salah satu ikan yang utama dibudidayakan di desa koto mesjid dengan jumlah produksi ikan patin mencapai kurang lebih 6 ton perhari atau sekitar 2.190 ton pertahun denga jumlah kolam sekitar 776 kolan dengan luas sebesar 52 Ha (Dinas perikanan kabupaten kampar, 2013 dalam Hasnibar et al., 2014).

Salah satu tempat budidaya ikan patin di Propinsi Riau yang sudah cukup lama dalam mengembangkan

budidaya ikan patin yaitu pada Graha Pratama *Fish* yang berada di desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

Salah satu hal yang sangat penting dalam memasarkan produk adalah terkait dengan minat beli konsumen. Semakin meningkatnya minat beli konsumen untuk membeli suatu produk maka akan meningkatnya pendapatan perusahaan tersebut.

Menurut Kotler & Armstrong (2012) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang diminta oleh suatu perusahaan untuk suatu produk atau jasa.

Selain harga yang relatif murah, kualitas produk juga sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu usaha bisnis. Kotler & Keller (2012) mendefinisikan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya termasuk di dalamnya seperti keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan, dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya.

Adapun olahan produk ikan patin dan harga yang ada di Graha Pratama *Fish* pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1

Daftar Produk dan Harga Olahan ikan Patin Pada Graha Fish Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar

NO	Nama Produk (kg)	Harga (Rp)
1	Fillet ikan patin	50.000
2	Bakso kuah ikan patin	45.000
3	Nugget coin ikan rasa sayur	45.000
4	Nugget ikan Stik ikan patin	45.000
5	Risoles ikan	40.000
6	Batagor ikan	45.000
7	Krispi	100.000
8	Abon Ikan	140.000
9	Kerupuk Kulit ikan	140.000
10	Siomay ikan patin	60.000
11	Bakso goreng ikan patin	45.000
12	Cireng patin	50.000
13	Salai ikan patin	85.000
14	Fillet ikan patin krispi	140.000

Sumber : *Graha Pratama Fish (2022)*

Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang diatas maka terdapat beberapa masalah yang dapat penulis rumuskan masalah penelitiannya yaitu “*Bagaimana Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama Fish Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar*”?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Penetapan Harga pada Graha

- Pratama Fish desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Produk pada Graha Pratama Fish Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis Minat Beli pada Graha Pratama Fish Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Penetapan Harga terhadap Minat Beli pada Graha Pratama Fish desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Graha Pratama Fish Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Graha Pratama Fish Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan harga, kualitas produk dan minat beli.
2. Manfaat Praktis
 - a) Bagi bidang usaha, memberikan informasi dan gambaran yang berguna bagi pelaku usaha dan sebagai bahan untuk menentukan penetapan harga dan kualitas produk terhadap minat beli.
 - b) Bagi peneliti, penelitian ini untuk menerapkan dan

menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang telah di peroleh selama perkuliahan.

- c) Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi dan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terutama yang berhubungan dengan Minat beli.

Kerangka Teori

1. Pemasaran

Kotler & Armstrong (2012) mendefinisikan bahwa pemasaran adalah sebuah proses dimana pelaku bisnis menciptakan nilai bagi konsumen dan membangun suatu hubungan yang kuat dengan konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan nilai dari konsumen sebagai imbalannya.

Menurut Hasan (2013) Pemasaran adalah proses mengidentifikasi, menciptakan dan mengkomunikasikan nilai, serta memelihara hubungan yang memuaskan konsumen untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan sebuah aktivitas bisnis suatu individu atau kelompok dalam memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan produk atau jasa yang memberikan nilai bagi konsumen dan juga mendapatkan nilai dari konsumen sebagai imbalannya.

2. Penetapan Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2012) mendefinisikan Harga adalah sejumlah uang yang diminta oleh suatu perusahaan untuk suatu produk atau

jasa. Pengertian harga secara luas yaitu jumlah semua nilai yang diberikan kepada pelanggan dalam memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan suatu produk atau jasa. Dalam penelitian ini menggunakan tiga dimensi yang mencirikan harga menurut (Kotler & Armstrong, 2012) yaitu :

- a) Keterjangkauan harga merupakan kemampuan daya beli konsumen atas produk yang dibelinya
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, kualitas produk yang diperoleh sebanding atau bahkan lebih besar dari nilai uang yang dikeluarkan.
- c) Daya saing harga kemampuan dalam menentukan harga yang dapat bersaing dengan harga produk yang lain.

3. Kualitas Produk

Menurut Kotler & Armstrong (2012) produk merupakan semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminati, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Secara konseptual, produk adalah pemahaman subjektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Secara lebih rinci, konsep produk

total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan (Tjiptono, 2008).

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa dimensi untuk mengukur variabel kualitas produk. Adapun dimensi menurut Kotler (1995) yang dikutip oleh (Bahar & Sjahruddin, 2015) ada 2 dimensi kualitas produk yaitu :

a) Rasa yang enak

Ini menyangkut penilaian konsumen terhadap cita rasa pada produk yang di tawarkan perusahaan kepada konsumen. Produk-produk yang bermerek terkenal biasanya dipersepsikan lebih berkualitas dan terjamin rasanya dibanding dengan merek-merek yang tidak didengar.

b) Daya tahan produk

Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet, produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas dibanding produk yang cepat habis atau cepat diganti.

4. Minat Beli

Menurut Kotler & Keller (2012) “*customer buying decision – all their experience in learning, choosing, using, even disposing of a product*”. Yang kurang lebih memiliki arti minat

Hubungan Penetapan Harga Terhadap Minat Beli

Harga merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah produk, Menurut Kotler & Keller (2012) harga merupakan sejumlah uang ditukarkan untuk sebuah Produk atau jasa. tinggi rendahnya harga yang ditetapkan oleh perusahaan sesuai dan terjangkau.

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

Menurut Kotler (2014) Minat beli dapat diidentifikasi melalui dimensi-dimensi sebagai berikut:

a) Minat transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu membeli ulang produk yang telah dikonsumsinya.

b) Minat referensial yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk yang sudah dibelinya, agar juga dibeli oleh orang lain, dengan referensi pengalaman konsumsinya.

c) Minat preferensial yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang selalu memiliki preferensi utama pada produk yang telah dikonsumsi. Preferensi ini hanya dapat diganti bila terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

d) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk yang diinginkannya

Menurut penelitian dari Raharso (2005) membuktikan bahwa harga yang dirasakan oleh konsumen berpengaruh untuk menimbulkan minat beli terhadap pelanggan.

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Menurut Kotler & Armstrong (2008) kualitas produk (*product*

quality) adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan minat beli pelanggan. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Haqiqi & Adji (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh Relevan terhadap kenaikan Minat beli Konsumen. Hal ini bisa

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Kampar dengan objek penelitian di Graha Pratama *Fish* yang berada di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar yang beralamat Jl. Syech Ja'far No 7.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada Graha Pratama *Fish* yang berjumlah 10.690 orang.

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan

disimpulkan bahwa semakin bagus Kualitas Produk, maka makin banyak tingkat Beli konsumen. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Halim & Iskandar, (2019) menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Perbedaan hasil penelitian dengan yang dilakukan ada pada jumlah variabel yang digunakan yaitu 1 variabel bebas yaitu regresi linier sederhana.

menggunakan teknik *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016). Sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 99,07 digenapkan menjadi 100 responden.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data yang diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Adapun yang menjadi target yang mengisi kuisisioner adalah konsumen pada Graha Pratama *Fish* desa Koto Masjid Kecamatan XIII Koto Kampar

5. Jenis dan sumber data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder.

6. Teknik Analisis data

Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

Dalam penelitian uji instrument data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reabilitas.

7. Uji Asumsi Klasik

8. Uji Analisis Data

Uji analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda.

9. Uji hipotesis

Pengujian hipotesis uji t digunakan untuk menguji secara parsial variabel bebas secara individual dalam menjelaskan variabel terikat dan uji f digunakan untuk menguji secara bersama-sama pengaruh variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

10. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) yang digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi digunakan baik secara parsial maupun secara bersama-sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. r_{tabel} diperoleh dari $n-2=100-2=98$, maka nilai r_{tabel} adalah 0,1966.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat apakah data layak digunakan. Apabila *cronbach alpha* $> 0,60$, maka item pernyataan reliabel.

3. Uji Normalitas

Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogrov Smirnov* yaitu dengan nilai ketententuan apabila nilai

Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

signifikansinya $> 0,05$ maka data dinyatakan berdistribusi normal.

4. Uji Multikolinearitas

Pada uji multikolinearitas Jika nilai Tolerance $> 0,10$, artinya tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai VIF $< 10,00$, artinya tidak terjadi multikolinearitas.

5. Uji Heteroskedastisitas

Pada uji Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser* yaitu dengan nilai ketententuan apabila nilai significansinya $> 0,05$ maka data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas *glejser* dalam variabel ini.

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Penetapan Harga Terhadap Minat Beli

Persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + BX$$

$$Y = 10,911 + 0,787X$$

Dimana:

$$Y = \text{Minat beli}$$

$$a = \text{Konstantas}$$

$$b = \text{Koefisien arah regresi}$$

$$X = \text{kualitas produk}$$

Arti angka dalam persamaan regresi diatas :

- Nilai konstanta (a) sebesar 10,911, artinya adalah bahwa penetapan harga diasumsikan bernilai nol (0), maka minat beli bernilai 10,911.
- Nilai koefisien regresi variabel penetapan harga sebesar 0,787, artinya apabila penetapan harga naik sebesar 1 satuan, maka

minat beli akan meningkat sebesar 0,787.

Hasil Uji Koefisien Determinasi Penetapan Harga Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS, Nilai R^2 sebesar 0,74. Artinya persentase sumbangan pengaruh variabel penetapan harga terhadap minat beli 57,4%, sisanya sebesar 42,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diasumsikan dalam penelitian ini.

Hasil Uji Parsial (Uji t) Penetapan Harga Terhadap Minat Beli

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t-hitung dengan nilai ttabel. Diketahui nilai t-tabel pada taraf signifikan 5% (2-tailed) dengan persamaan sebagai berikut :

$$Df = n - k$$

$$Df = 100 - 2 = 98$$

$$t\text{-tabel} = 1,985$$

Keterangan :

n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas

Variabel penetapan harga, diketahui t-hitung variabel penetapan harga sebesar 11,500 > t-tabel 1,985 dan Sig. 0,000 < 0,05 artinya penetapan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama Fish Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

Sederhana Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

$$Y = a + bX$$

$$Y = 20,113 + 0,399X$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

a = Konstanta

B = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk

X = Variabel Kualitas Produk

Hasil analisisnya dapat dilihat pada lampiran.

Arti angka dalam persamaan regresi diatas :

a. Nilai konstanta (a) sebesar 20,113, artinya adalah bahwa kualitas produk diasumsikan bernilai nol (0), maka minat beli bernilai 20,113.

b. Nilai koefisien regresi variabel penetapan harga sebesar 0,399, artinya apabila kualitas produk naik sebesar 1 satuan, maka minat beli akan meningkat sebesar 0,399.

Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R^2 sebesar 0,319. Artinya persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas produk terhadap minat beli 31,9%, sisanya sebesar 68,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diasumsikan dalam penelitian ini.

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana Penetapan Harga Terhadap Minat Beli

Persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Df = n - k$$

$$Df = 100 - 2$$

$$t\text{-tabel} = 1,985$$

Keterangan :

n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas

Variabel kualitas produk, diketahui t-hitung variabel kualitas produk terhadap minat beli sebesar 6,771 > t-tabel 1,985 dan Sig. 0,000 <

0,05 artinya kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama Fish Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Penetapan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2$$

$$Y = 4,143 + 0,539 + 0,906$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

a = Konstanta

B₁ = Koefisien Regresi Variabel Penetapan Harga

B₂ = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Produk

X₁ = Variabel Penetapan Harga

X₂ = Variabel Kualitas Produk

Hasil analisisnya dapat dilihat pada lampiran.

$$\text{Minat Beli} = 4,143 + 0,539 + 0,906$$

Arti angka dalam persamaan regresi diatas :

- Nilai konstanta (a) sebesar 4,143, artinya adalah bahwa penetapan harga dan kualitas produk diasumsikan bernilai nol (0), maka minat beli bernilai 4,143.
- Nilai koefisien regresi variabel penetapan harga sebesar 0,539, artinya apabila penetapan harga naik sebesar 1 satuan, maka minat beli akan meningkat sebesar 0,539.
- Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,906, artinya apabila kualitas produk naik sebesar 1 satuan, maka minat

beli akan meningkat sebesar 0,906.

- Penetapan harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli Olahan Ikan Patin pada Graha Ptratama *Fish* desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

Hasil Uji Koefisien Determinasi Penetapan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

nilai *R Square* sebesar 0,781.

Artinya adalah bahwa pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap minat beli adalah sebesar 78,1%, sedangkan sisanya 21,9% dipengaruhi oleh variabel lain.

Hasil Uji Simultan (Uji F) Penetapan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) terhadap minat beli.

$$f\text{-tabel} = df_1 : df_2$$

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

maka :

$$f_1 = 3 - 1 = 2$$

$$df_2 = 100 - 3 = 97$$

Keterangan :

n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas

Dengan taraf signifikan 5% atau 0,05 maka F_{tabel} yang diperoleh adalah 3,09. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS diperoleh sebagai berikut:

bahwa minat beli dipengaruhi secara bersama-sama oleh penetapan harga dan kualitas produk. Diketahui $f\text{-hitung}$ sebesar $172,552 > t\text{-tabel}$ 3,09 dan $\text{Sig. } 0,000 < 0,05$ artinya penetapan

harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Olahan Ikan Patin

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilandasi dengan kajian teori dan perumusan masalah yang telah dibahas, selanjutnya dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada variabel penetapan harga diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa minat beli pada olahan ikan patin pada Graha Pratama *Fish* desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar secara keseluruhan sudah baik yang berarti bahwa penetapan harga pada Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama *Fish* secara keseluruhan dan sesuai dengan harapan konsumen.
2. Pada variabel kualitas produk diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas produk pada Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama *Fish* Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar secara keseluruhan sudah baik.
3. Pada variabel minat beli yang diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa minat beli pada Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama *Fish* Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar secara keseluruhan dalam kategori cukup baik.
4. Variabel penetapan harga berpengaruh terhadap minat beli Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama *Fish* Desa Koto

pada Graha Pratama *Fish* Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

5. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli minat beli Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama *Fish* Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.
6. Variabel penetapan harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli Olahan Ikan Patin pada Graha Pratama *Fish* Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar.

Saran

Dari kesimpulan-kesimpulan diatas, penulis memberikan saran yang mungkin dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran bagi perusahaan untuk masa yang akan datang. Adapun saran dari penulis sebagai berikut :

1. Penetapan harga memiliki pengaruh terhadap minat beli, maka sebaiknya perusahaan harus dapat memberikan harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan dan sesuai dengan pangsa pasar yang menjadi target penjualan, sehingga dengan harga yang diberikan sesuai maka minat beli dari konsumen akan meningkat.
2. Kualitas prosuk memiliki pengaruh terhadap minat beli, maka sebaiknya perusahaan terus menjaga dan mengembangkan kualitas dari olahan yang dibuat, sehingga konsumen tidak akan kecewa dan tidak ragu dalam membeli

produk dengan kualitas yang baik dan terpercaya.

3. Bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya menggunakan

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyanti, N. M., & Astuti, R. T. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi pada Toko Online Shopastelle, Semarang)*. Diponegoro Journal of Management, 5(2), 1–11.
- Aulia, Hidayat. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Amanda Brownies*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen. volume 6. No 5. hlm 2461-0593
- Azwar, S. (2004). *Metode Penelitian*. Dina Aksara.
- Bahar, A., & Sjahruddin, H. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*. Jurnal Organisasi Dan Manajemen,
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi ke-4*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS (23.Edisi ke-8)*. Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). *analisis yang lebih baik lagi dan menggunakan variabel-variabel yang tidak digunakan pada penelitian ini*. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli*. Jurnal Ilmu Dan Riset ..., 4(3), 415–424.
- Haqiqi, N., & Adji, W. H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Perkebunan Sayuran Andritani Farm Kabupaten Cianjur*. JIMEA / Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , Dan Akuntansi), 5(3), 717–729.
- Harga, S. P. (2015). *Strategi Penetapan Harga*. 16(2), 39–55.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS.
- Hasnibar, S., Hamid, H., & Bathara, L. (2014). *Strategi Pemasaran Produk Olahan I kan patin (Pangasius Sutchi) Di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Marketing and Public Policy, 2(1), 1–12.
- Umar, H. (2002). *Metodologi Pemasaran Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis edisi II*. Pt. Raja Grafindo Persada.
- Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Selemba Empat.
- Irawan, M. R. N. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt. Satria Nusantara Jaya*. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*,
- Kinnear, T. C., & Taylor, J. R. (1995). *Riset Pemasaran Edisi 3*. Erlangga.
- Kotler, P. (1995). *Manajemen*

- Pemasaran, Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Kegunaan, Edisi kedelapan.* Selemba Empat.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, jilid 2.* PT.Prenhalindo
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13.* Rajawali
- Kotler, P. (2014). *Principles of Marketing.* Erlangga
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Dasar-Dasar pemasaran Edisi Kesembilan Jilid 1.* PT.Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1.* Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran.* Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Manajemen pemasaran.* PT.Indeks.
- Dewa, N.K. (2009). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus StarOne di Area Jakarta Pusat).* Universitas Diponegoro.
- Martono, & Irani, S.S. (2014). *Analisis pengaruh kualitas produk, Harga dan promosi terhadap minat beli konsumen produk batik sendang duwur lamongan.* Jurnal ilmu manajemen, 2(2), 687-699
- Mulyana Mumuh. (2019). *Strategi Penetapan Harga.* Institut Bisnis Dan Informatika Kesatuan. Bogor, Indonesia
- Raharso, Sri. (2005). *Pengaruh Customer Delight Terhadap Behavioral-Intentions Battery.* Jurnal, Usahawan No. 05 Mei 2005.
- Salfina, L. & Irani, H. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky Dan Afdal Pariaman.* Indonesia Indovisi Institute, 1(1), 83-100.
- Satria, A. A. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli konsumen Pada Perusahaan A-36.* Jurnal Lentera Bisnis, 2(1).
- Simamora, B. (2004). *Paduan Riset Perilaku Konsumen.* Gramedia
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis.* Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta.
- Sugiyono. (2016a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* PT. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis.* UUI Pres
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran edisi 11.* Andioffset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran dan Jasa -Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.* Andioffset.
- Wijaya, C. V. (2017). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Depot Madiun Masakan Khas Bu Rudy.* AGORA Vol. 5, No. 1, (2017), 5(1), 1-8.