

Pengaruh Kualitas Produk dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli

Apriyani^{1*}, Ulul Absor², Naelu Rizki³

^{1,2,3} STIE Widya Manggalia

* E-mail Korespondensi: apriyani3465@gmail.com

Information Article

History Article

Submission: 22-08-2024

Revision: 20-02-2025

Published: 20-02-2025

DOI Article:

10.24905/permana.v17i1.445

ABSTRAK

Pemilik toko saat ini harus tanggap terhadap calon konsumennya, serta mampu memanfaatkan peluang yang ada, baik kualitas maupun potongan harga. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh secara parsial maupun simultan kualitas produk dan potongan harga serta variabel dominan berpengaruh terhadap minat membeli. Metode penelitian yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, menggunakan uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas, selanjutnya menggunakan analisis regresi berganda. Sedangkan uji hipotesis yang peneliti gunakan adalah uji t dan uji f, kemudian untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen peneliti menggunakan koefisien determinasi (R^2). Hasil analisis yang di dapat bahwa baik secara parsial maupun simultan kualitas produk dan diskon harga berpengaruh positif terhadap minat beli artinya hipotesis pertama dan kedua diterima. Sedangkan Variabel Kualitas Produk merupakan variabel berpengaruh dominan sebesar 1,012 terhadap Minat Beli yang berarti hipotesis ketiga diterima.

Kata Kunci: Kualitas produk, potongan harga, minat beli

ABSTRACT

Today's shop owners must be responsive to their potential customers, and be able to take advantage of existing opportunities, both quality and discounts. The purpose of this study is to determine whether there is a partial or simultaneous influence of product quality and discounts and dominant variables that influence buying interest. The research methods used are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, using multicollinearity tests, heteroscedasticity tests and normality tests, then using multiple regression analysis. While the hypothesis tests that I use are t-tests and f-tests, then to determine the magnitude of the influence of the independent variables on the dependent variable I use the coefficient of determination (R^2). The results of the analysis obtained that both partially and

Acknowledgment

simultaneously product quality and price discounts have a positive effect on buying interest, meaning that the first and second hypotheses are accepted. While the Product Quality Variable is a dominant variable with an influence of 1.012 on Buying Interest, which means that the third hypothesis is accepted.

Key word: *Product quality, discounts, buying interest*

© 2025 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

PENDAHULUAN

Mengikuti perkembangan jaman, dunia pemasaran saat ini menghadapi persaingan yang hebat dan membutuhkan kecermatan dalam memasarkan suatu produk. Perubahan selera pasarpun dituntut untuk menyesuaikan kebutuhan akan barang berkualitas dengan harga terjangkau (Solihin & Kurniawan, 2024). Masyarakat kita saat ini berorientasi bahwa produk yang akan mereka beli harus berkualitas bagus, selain itu masyarakat juga melihat suatu produk selain dengan harga terjangkau, masyarakatpun menginginkan suatu produk tersebut ada potongan harga. Masyarakat saat ini berantusias ingin mendapatkan potongan harga tersebut (Purborini & Suryanatha, 2024). Pemilik tokopun berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumennya, dan mampu menangkap peluang yang ada, baik dari segi kualitas maupun potongan harga misalnya.

Faktor penentu minat beli yang pertama yaitu kualitas produk, menurut Winasis et al., (2022) kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Semakin baik kualitas produk dalam suatu produk maka akan semakin menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Sedangkan menurut Oktavia et al., (2022) menyebutkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk supaya berfungsi dengan baik. Adapun menurut Aditia et al., (2024) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya yang merupakan suatu keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai yang lain. Berdasarkan definisi di atas maka peneliti simpulkan bahwa kualitas produk adalah fungsi yang melekat pada suatu produk yang bisa menarik konsumen untuk melakukan transaksi pembelian (Kurniawan & Sigit, 2020).

Faktor penentu minat beli selanjutnya yaitu potongan harga. Potongan harga menurut

Musriana & Chusni, (2014) adalah pengurangan terhadap harga yang ditetapkan karena pembeli memenuhi syarat yang ditetapkan. Menurut Tjiptono, (2015:166) potongan harga adalah diskon yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. Dari pengertian Musriana & Chusni, (2014) dan Tjiptono, (2015) maka dapat disimpulkan bahwa potongan harga merupakan pengurangan harga pada suatu produk dengan harapan bisa menjadi pendorong untuk melakukan pembelian.

Dengan meningkatkan kualitas produk dan memberikan potongan harga, diharapkan dapat meningkatkan hasil penjualan dan lebih utama lagi meningkatkan minat beli konsumen di Nibrass House Jatibarang Brebes. Dengan latar belakang seperti ini, peneliti mengambil judul penelitiannya adalah pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap minat beli pakaian pada Nibrass House Jatibarang Brebes.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu kualitas produk dan potongan harga sedangkan variabel dependennya yaitu minat beli (Ghozali, 2017). Untuk teknik pengumpulan data dalam penelitian yang peneliti lakukan diperoleh melalui survey dengan membagikan angket atau kuesioner kepada pengunjung atau konsumen yang datang ke Nibrass House Jatibarang Brebes, dengan jumlah 75 responden (Sugiyono & Lestari, 2021). Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dalam hal ini peneliti menggunakan uji multikolonieritas, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas, berikutnya peneliti memakai analisis regresi berganda. Sedangkan uji hipotesis yang peneliti gunakan adalah uji t dan uji f, kemudian untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat peneliti gunakan koefisien determinasi (R^2).

HASIL

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	Pernyataan 1	0,641	0,227	Valid
	Pernyataan 2	0,683	0,227	Valid
	Pernyataan 3	0,753	0,227	Valid
	Pernyataan 4	0,671	0,227	Valid
	Pernyataan 5	0,756	0,227	Valid
	Pernyataan 6	0,681	0,227	Valid
	Pernyataan 7	0,590	0,227	Valid

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
	Pernyataan 8	0,595	0,227	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1 di atas, dapat disimpulkan semua item pernyataan untuk variabel kualitas produk dikatakan valid, dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Potongan Harga (X₂)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Potongan Harga (X₂)	Pernyataan 1	0,616	0,227	Valid
	Pernyataan 2	0,657	0,227	Valid
	Pernyataan 3	0,647	0,227	Valid
	Pernyataan 4	0,730	0,227	Valid
	Pernyataan 5	0,755	0,227	Valid
	Pernyataan 6	0,664	0,227	Valid
	Pernyataan 7	0,435	0,227	Valid
	Pernyataan 8	0,450	0,227	Valid
	Pernyataan 9	0,671	0,227	Valid
	Pernyataan 10	0,527	0,227	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 di atas, dapat disimpulkan semua item pernyataan untuk variabel potongan harga dikatakan valid, dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat Beli (Y)	Pernyataan 1	0,619	0,227	Valid
	Pernyataan 2	0,656	0,227	Valid
	Pernyataan 3	0,763	0,227	Valid
	Pernyataan 4	0,666	0,227	Valid
	Pernyataan 5	0,759	0,227	Valid
	Pernyataan 6	0,652	0,227	Valid
	Pernyataan 7	0,572	0,227	Valid
	Pernyataan 8	0,546	0,227	Valid
	Pernyataan 9	0,371	0,227	Valid
	Pernyataan 10	0,516	0,227	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3 di atas, dapat disimpulkan semua item pernyataan untuk variabel minat beli dikatakan valid, dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dalam kajian ini validitas dari indikator dan analisa menggunakan *degree of freedom* (df) dengan rumusan $df = n - k$, dimana n = jumlah sampel (75), k = jumlah variabel bebas (2), jadi df yang digunakan adalah $75 - 2 = 73$ dengan alpha sebesar 50%, maka menghasilkan nilai r_{tabel} sebesar 0,227. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Reliabel	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,824	0,60	Reliabel
Potongan Harga (X_2)	0,818	0,60	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,817	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur hasil angket yang merupakan indikator dari variabel. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60. Hasil perhitungan diketahui bahwa setiap variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$) sehingga peneliti simpulkan semua variabel kualitas produk, potongan harga dan minat beli adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Tolerance* (VIF).

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

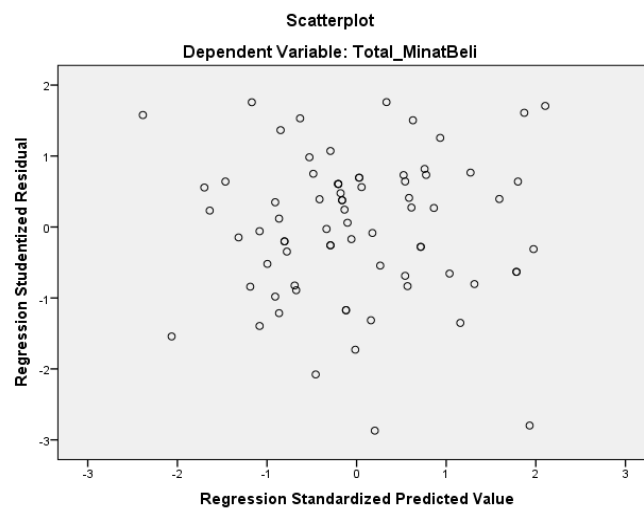
		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardize d Coefficients Std. B	Error Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	,204	,897		,227	,821		
	Kualitas Produk	1,012	,032	,851	31,207	,000	,546	1,833
	Potongan Harga	,187	,027	,186	6,809	,000	,546	1,833

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Tabel 5 menunjukkan bahwa X_1 dan X_2 memiliki nilai tolerance $0,546 > 0,10$ yang artinya tidak terdapat korelasi, sedangkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel adalah $1,833 < 10$, artinya tidak terjadi Multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

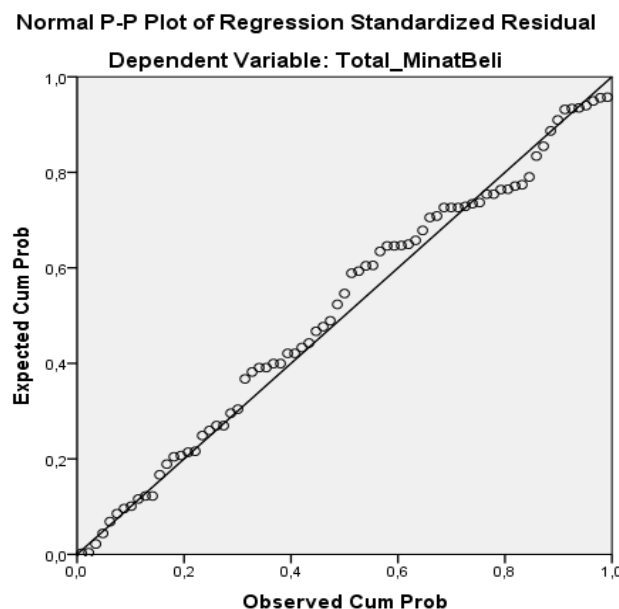


Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Hasil olahan data *scatterplot* diatas bahwa menyebar titik-titik secara acak, yaitu diatas angka 0 dan dibawah angka 0, yang artinya tidak ada gejala Heteroskedastisitas.

Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Hasil uji normalitas berupa *graphic plot* menggambarkan terdapat penyebaran data yang merata dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya. Artinya data terdistribusi normal.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, potongan harga dan minat beli. Hasil analisis regresi linier berganda menggunakan program IBM SPSS Statistic 23, maka hasil yang diperoleh seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Variabel	B	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	1,012	0,000	Ha; diterima
Potongan Harga	0,187	0,000	Ha; diterima

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 6 dia atas maka didapatkan pengujian hipotesis, sebagai berikut:

Hasil hipotesis pertama, kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap minat beli (Y)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda variabel kualitas produk menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan pada t_{tabel} menunjukkan angka sebesar 1,993 sedangkan hasil perhitungan SPSS nilai t_{hitung} 31,207 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli diterima.

Hasil hipotesis kedua, potongan harga (X2) berpengaruh terhadap minat beli (Y)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda variabel potongan harga menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan pada t_{tabel} menunjukkan angka sebesar 1,993 sedangkan hasil perhitungan SPSS nilai t_{hitung} 6,809 yang mengartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini menyatakan bahwa potongan harga dengan uji t berpengaruh positif terhadap minat beli (Y), Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa potongan harga berpengaruh terhadap minat beli diterima.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap minat beli. Hasil R^2 dijelaskan secara keseluruhan pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,985 ^a	,971	,970	,759

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

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7 diketahui bahwa R Square sebesar 0,971 atau 97,1% artinya bahwa kualitas produk dan potongan harga memberikan kontribusi terhadap minat beli sebesar 97,1% sisanya 2,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam kajian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli

Nilai statistik menjunkan variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan pada t_{tabel} menunjukkan angka sebesar 1,993 sedangkan hasil perhitungan SPSS nilai t_{hitung} 31,207 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli. Hal ini berarti semakin meningkatnya kualitas produk pakaian Nibras maka akan mampu meningkatkan minat beli pakaian pada Nibras Hause Jatibarang Brebes. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk pakaian Nibras Hause Jatibarang Brebes sangat bagus dan nyaman untuk digunakan dapat mempengaruhi minat beli pakaian pada Nibras Hause Jatibarang Brebes.

Pengaruh potongan harga terhadap minat beli

Berdasarkan hasil penelitian bahwa potongan harga berpengaruh terhadap minat beli. Pada t_{tabel} menunjukkan angka sebesar 1,993 sedangkan hasil perhitungan SPSS nilai t_{hitung} 6,809 yang mengartikan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sehingga dapat dikatakan bahwa potongan harga dengan uji t berpengaruh positif terhadap minat beli, yang artinya potongan harga yang diberikan oleh pihak toko dapat mempengaruhi minat beli konsumen, sehingga pembelian yang dilakukan oleh konsumen di Nibras Hause Jatibarang Brebes banyak, serta akan memberikan keuntungan yang lebih pada Nibras Hause Jatibarang Brebes.

SIMPULAN

Penelitian ini menguji tentang pengaruh kualitas produk dan potongan harga terhadap minat beli pakaian Nibrass House Jatibarang Brebes. Berdasarkan hasil penelitian dan pem-

bahasan, maka kesimpulannya kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli pakaian Nibrass House Jatibarang Brebes. Potongan harga berpengaruh positif terhadap minat beli pakaian Nibrass House Jatibarang Brebes sebesar 97,1% sisanya 2,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, C., Amirullah, M., & Mumtahaen, I. (2024). Analisis Dampak Praktik Aplikasi Pinjaman Online Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 142–152. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.90>
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analysis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Kurniawan, D. D., & Sigit, K. N. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan PembeliN Produk Air Mineral AQUA Di Indomaret Subah Kabupaten Batang. *Ekonomi Dan Bisnis*. <https://doi.org/https://doi.org/2356-2439>
- Musriana, & Chusni, N. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Rahap Putra Swalayan Klambu Kabupaten Grobogan*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Oktavia, E. B., Jember, M., Fatimah, F., Jember, U. M., & Puspitadewi, I. (2022). Whitening Indonesia Di Tokopedia. *Repository.Unmuhjember.Ac.Id*, 361–375. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.2108>
- Purborini, V. S., & Suryanatha, I. B. (2024). Analisis Strategi Digital Marketing Shopee Video Dalam Perspektif Hukum Bisnis. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 153–162. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.92>
- Solihin, D., & Kurniawan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(2), 129–141. <https://doi.org/10.62421/jibema.v2i2.79>
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional)*. Alfabeta Bandung, CV.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran edisi 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399–410.