

Identifikasi Minat Konsumen Ditinjau Dari Harga dan Kualitas Produk Studi Susu Kambing Etawa Desa Liman Sari

Rahfi Nurazizah¹, Nur Syamsiyah², Yuyun Yunarti³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Jurai Siwo
Lampung

rahfinurazizah872@gmail.com¹, nursyamsiyah@metrouniv.ac.id²

yuyunyunarti300977@gmail.com³

ABSTRACT

This study aims to examine and evaluate the effect of price and product quality on the interest in purchasing goat milk in the residents of Liman Sari Village. This study uses a quantitative causal research methodology. The population of this study was 800 people of productive age (20-40 years) so that 89 samples were obtained using the Slovin formula. This study used a questionnaire as a data collection method. Data analysis techniques used include research instrument testing (validity and reliability tests), classical assumption tests (normality, heteroscedasticity, and multicollinearity tests), multiple linear regression analysis, evaluation of the coefficient of determination, and hypothesis testing (t-test and f-test) using SPSS version 25. The results of this study indicate that price has a positive and significant effect on purchasing interest, while product quality also has a positive and significant effect on purchasing interest. The price and product quality factors together have a positive and quite large effect on purchasing interest.

Keywords : Price, Product Quality and Purchasing Interest.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengevaluasi pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli susu kambing pada penduduk Desa Liman Sari. Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kausal kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah 800 orang usia produktif (20-40 tahun) sehingga diperoleh 89 sampel dengan menggunakan rumus Slovin. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas), analisis regresi linier berganda, evaluasi koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji t dan uji f) dengan menggunakan SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, sedangkan kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Faktor harga dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan cukup besar terhadap minat beli.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk dan Minat Pembelian.

PENDAHULUAN

Dikelola oleh perorangan atau kelompok, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan usaha komersial yang mandiri dan berhasil. Khususnya dalam hal penciptaan lapangan kerja, penanggulangan kemiskinan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat vital bagi pertumbuhan ekonomi nasional (Suprianti dan Putra 2024). Mengukur kapasitas industri ini untuk bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat,

produktivitas UMKM merupakan metrik yang krusial. Salah satu industri UMKM yang dapat dikembangkan adalah peternakan, khususnya produksi susu kambing etawa yang memiliki nilai gizi yang tinggi dan permintaan pasar yang cukup kuat. Susu kambing etawa merupakan salah satu UMKM di Desa Liman Sari yang saat ini menjadi perhatian masyarakat setempat. Minat beli merupakan salah satu unsur utama perilaku konsumen.

Minat beli merupakan fase dalam proses perolehan suatu produk, minat beli merupakan fase di mana konsumen menunjukkan minat dan kebutuhan terhadap suatu produk yang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal (Veri Muldani 2022). Menurut Kotler dan Keller (2009), banyak faktor yang dapat memengaruhi minat beli, termasuk harga, iklan, citra merek, kualitas produk, dan kualitas layanan. Setiap elemen memiliki tujuan yang berbeda dalam memengaruhi minat beli pelanggan terhadap suatu produk. Dua faktor terpenting yang memengaruhi minat beli adalah harga dan kualitas produk karena meningkatnya persaingan pasar. Produk yang harganya kompetitif dan berkualitas tinggi akan meningkatkan kemungkinan minat pembelian klien.

Selanjutnya terdapat beberapa hal yang menjadi indikator dari minat pembelian antara lain: jumlah pembelian, niat untuk merekomendasikan, prefensi merk dan mencari informasi (Dadan Abdul Aziz Mubarok 2020). Adapun minat pembelian susu kambing etawa pada masyarakat desa Liman Sari dapat kita ketahui mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu, karena dapat kita lihat berdasarkan jumlah pembeli dan total penjualan susu etawa tersebut terdapat ketidakstabilan. Hal tersebut dapat kita ketahui berdasarkan gambar jumlah pembeli serta total penjualan susu kambing etawa di desa Limansari periode November 2023 hingga Desember 2024 yaitu sebagai berikut:

Tabel. 1 Minat Pembelian Susu Kambing Etawa



Sumber Data: Minat Beli Konsumen Susu Kambing Etawa

Berdasarkan grafik diatas dilihat dari bulan November 2023 hingga Desember menunjukkan trend peningkatan yang signifikan pada total volume pembelian, dengan puncaknya mencapai hampir tiga kali lipat diakhir periode dibandingkan awal. Kenaikan minat beli konsumen dalam grafik sangat mungkin didorong oleh peningkatan kualitas produk yang dirasakan konsumen serta strategi harga yang cerdas dan kompetitif. Saat kualitas produk itu tinggi ditawarkan dengan harga yang masuk akal konsumen tidak hanya

datang tetapi juga bertahan dan membeli lebih banyak. Jadi dapat dipastikan bahwa minat pembelian dapat dipengaruhi oleh harga.

Harga adalah nilai moneter yang harus dibayarkan konsumen untuk barang atau jasa (Arief Hadian 2021). Tjiptono (2008) menegaskan bahwa konsumen cenderung tertarik pada produk dengan harga yang kompetitif, yang menunjukkan bahwa harga dapat memengaruhi minat beli. Hal ini sejalan dengan hukum permintaan, yang menyatakan bahwa konsumen lebih cenderung membeli barang yang lebih murah, sehingga meningkatkan minat beli konsumen. Sebaliknya, minat beli akan berkurang jika harga dinaikkan. (Nobaiti, 2017).

Kotler (2009) menyatakan bahwa ada empat indikator penetapan harga: keterjangkauan harga, keselarasan harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan keselarasan harga dengan manfaat. Makalah ini mengkaji tentang peningkatan harga jual susu kambing etawa di Desa Liman Sari dari November 2023 hingga Desember 2024.

Tabel.2 Harga Susu Kambing Etawa



Sumber Data: Harga Susu Kambing Etawa

Berdasarkan diagram diatas dapat kita ketahui bahwa harga susu kambing etawa per liter di Desa Limansari selama periode bulan November 2023 hingga Desember 2024 mengalami kenaikan. Pada awalnya dari bulan November 2023 hingga Agustus 2024 harga susu kambing etawa adalah Rp.40.000 per liter. Sedangkan mulai bulan September 2024 hingga Desember 2024 harga tersebut mengalami kenaikan menjadi Rp.50.000 per liter. Perubahan harga ini mengindikasikan konsumen yang dimana minat pembelian konsumen terhadap susu kambing etawa mengalami penurunan ketika harga tersebut naik.

Fluktuasi harga yang terjadi sepanjang periode dapat dipengaruhi berbagai faktor seperti perubahan dalam biaya produksi, permintaan pasar atau faktor-faktor ekonomi lainnya. Data ini memberikan gambaran tentang dinamika harga susu kambing etawa dari waktu ke waktu yang dapat menjadi informasi penting bagi konsumen dalam menentukan minat pembelian suatu produk. Hal tersebut dapat diketahui melalui sebuah kualitas produk yang ditawarkan itu semakin baik.

Kemudian, kualitas produk mulai memiliki peran utama dalam memengaruhi minat beli. Kualitas produk, menurut Kotler dan Armstrong (2010), adalah seberapa dekat suatu produk memenuhi kebutuhan dan tujuan konsumennya. Minat pembeli yang lebih besar sejalan dengan kualitas produk yang lebih baik (Sujani 2023). Pelanggan yang melihat kualitas produk sebagai hal yang luar biasa akan menunjukkan minat beli yang lebih besar karena manfaat yang diperoleh dinilai proporsional dengan harga yang dibayarkan.

Tiga faktor utama substansi atau komposisi produk, desain produk, dan daya tahan memungkinkan seseorang untuk mengevaluasi kualitas produk (Tsaniya dan Telagawathi 2022). Dengan adanya tiga elemen kunci ini, dapat menghasilkan kualitas produk yang baik sesuai dengan harapan pelanggan terhadap susu kambing dari desa Liman Sari. Berikut ini adalah tabel informasi tentang kualitas produk susu kambing desa Liman Sari.

Tabel 3 Kualitas Produk Susu Kambing Etawa

Jenis Produk	Nama Produk	Kualitas Produk
Susu etawa	Berkah mendo farm	susu kambing etawa mempunyai berbagai nutrisi penting dalam 200 ml susu yaitu terkandung sekitar 130 kalori, 9 gram protein, 5 gram lemak dan 13 gram karbohidrat. Selain itu susu ini juga kaya akan kalsium, fosfor, kalium dan natrium serta mengandung vitamin A, B2 dan B.

Sumber: Kemasan Susu Kambing Etawa

Informasi mengenai kualitas produk susu kambing cair dengan merek "Berkah Mendo Farm" dapat dilihat pada tabel terlampir. Susu kambing segar menjadi bahan utama dalam minuman susu kambing cair ini. Sekitar 130 kalori, 9 gram protein, 5 gram lemak, dan 13 gram karbohidrat terkandung dalam 200 mililiter susu kambing. Selain itu, susu ini juga tinggi akan kalsium, fosfor, kalium, garam, serta vitamin A, B2, dan B.

Penelitian Ernawati Harita (2022) menunjukkan bahwa minat beli meningkat seiring dengan kenaikan harga. Penelitian Hungga Fernando Tanata dan Sonata Christia (2021) mendukung kesimpulan tersebut: minat beli sangat dipengaruhi oleh harga, baik secara umum maupun positif. Penelitian Nurhalima, Megawati, dan Akmal Abdullah (2024) menunjukkan bahwa harga hanya sedikit berpengaruh terhadap minat beli.

Penelitian oleh Citra Aina Ulyah Salfadri dan Rizka Hasya (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik mendorong permintaan pembelian. Menurut analisis minat pembelian Melvyn Antonia tahun (2022), kualitas produk tidak banyak berpengaruh pada faktor ini. Penelitian oleh Muhammad Astrickosyah, Daffa Pratama, Ana Noor Andriana (2023) yang digabungkan dengan Winda Ariyanti, Repita Sari, dan Vicky F Sanjaya (2021) menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara minat beli dan kualitas produk, sehingga mendukung penelitian ini.

Menurut hasil pengamatan saat ini, penelitian sebelumnya memberikan kesimpulan yang berbeda dengan penelitian saat ini. Untuk meningkatkan hasil penelitian sebelumnya, penulis juga percaya perlunya melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli penduduk Desa Liman Sari

terhadap susu kambing etawa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana minat beli konsumen masyarakat Desa Liman Sari dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. Sementara penelitian sebelumnya menggunakan lebih banyak pengambilan sampel secara *purposive sampling*, penulis dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*.

METODE PENELITIAN

Makalah ini menggunakan metode kausal dengan analisis kuantitatif (Sugiyono 2020). Dengan menggunakan data riil yakni dengan menyajikan, menilai, dan menginterpretasikan data metode kuantitatif diterapkan untuk mengatasi isu-isu terkini. Kepentingan pelanggan diukur secara numerik berkenaan dengan harga dan kualitas produk. Populasi penelitian meliputi Dusun Liman Sari yang beranggotakan 800 orang. Metode pengambilan sampel non-probabilitas yang sering dikenal sebagai pengambilan sampel acak memungkinkan setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Dengan menggunakan rumus Slovin, peneliti menentukan sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) sebesar 10% = 0,1

$$\begin{aligned} n &= \frac{800}{1 + 800 (0,1)^2} \\ n &= \frac{800}{1 + 800 (0,01)} \\ n &= \frac{800}{1 + 8} \\ n &= \frac{800}{9} \\ n &= 88,888 \end{aligned}$$

Perhitungan metode Slovin menghasilkan ukuran sampel sebanyak 88.888 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 89.000.

Teknik kuesioner digunakan dalam penelitian ini untuk pengumpulan data. Pendekatan ini digunakan untuk menentukan parameter tertentu untuk evaluasi dan untuk menunjukkan ketergantungan data responden. Penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala ini, dengan nilai bobot SS (sangat setuju) = 4, S (setuju) = 3, TS (tidak setuju) = 2, dan STS (sangat tidak setuju) = 1, menilai pandangan, sikap, dan persepsi individu dan kelompok tentang peristiwa sosial.

Evaluasi alat penelitian menggunakan SPSS versi 25 memvalidasi validitas dan dependabilitas kuesioner. Uji asumsi konvensional termasuk evaluasi normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. dilakukan untuk menilai kesesuaian data untuk

penelitian lebih lanjut. Uji koefisien determinasi digunakan untuk penilaian; uji F mengevaluasi pengaruh keseluruhan semua faktor independen terhadap variabel dependen; uji t melihat dampak individual setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda memungkinkan penelitian ini untuk mengevaluasi hubungan antara variabel dependen dan independen. (Rizal Bahtiar Sulistyan, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deksripsi Objek Penelitian

Penelitian ini melibatkan 89 orang usia produktif di Desa Liman Sari; peneliti mengklasifikasikan data responden berdasarkan domisili dan jenis kelamin.

Tabel.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	35	39,33%
Perempuan	54	60,67%
Total	89	100%

Sumber: Kuesioner Penelitian 2025

Berdasarkan hasil tabel.4 dapat diketahui bahwa responden yang berjenis laki-laki sebanyak 35 orang atau 39,33% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 54 orang atau 60,67%, maka dapat diartikan bahwa konsumen susu kambing etawa desa Liman Sari yang lebih banyak perempuan daripada laki-laki.

Uji Instrument penelitian

Berikut ini adalah uji instrument penelitian yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui validitas setiap indikator dengan menggunakan indikator mana yang sesuai untuk menilai setiap variabel dalam hal lain. Temuan uji validitas dari uji kualitas data penelitian ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel.5 Hasil Uji Validitas Variabel Harga, Kualitas Produk dan Minat Pembelian

No	Instrumen	<i>Pearson Correlation</i> (rhitung)	Rtabel	Keterangan
Harga (X1)				
1	X1.1	0,831	0,361	Valid
2	X1.2	0,829	0,361	Valid
3	X1.3	0,801	0,361	Valid
4	X1.4	0,895	0,361	Valid
5	X1.5	0,832	0,361	Valid
6	X1.6	0,880	0,361	Valid

No	Instrumen	Pearson Correlation (rhitung)	Rtabel	Keterangan
7	X1.7	0,808	0,361	Valid
8	X1.8	0,852	0,361	Valid
Kualitas Produk (X2)				
1	X2.1	0,733	0,361	Valid
2	X2.2	0,606	0,361	Valid
3	X2.3	0,638	0,361	Valid
4	X2.4	0,552	0,361	Valid
5	X2.5	0,495	0,361	Valid
6	X2.6	0,609	0,361	Valid
Minat Pembelian (Y)				
1	Y1	0,806	0,361	Valid
2	Y2	0,819	0,361	Valid
3	Y3	0,854	0,361	Valid
4	Y4	0,671	0,361	Valid
5	Y5	0,910	0,361	Valid
6	Y6	0,829	0,361	Valid
7	Y7	0,893	0,361	Valid
8	Y8	0,868	0,361	Valid

Sumber: olah data 2025

Berdasarkan pada tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai r hitung $>$ r tabel sehingga dapat diartikan bahwa seluruh item angket untuk variabel harga, kualitas produk dan minat pembelian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas menggunakan *Cronbach Alpha* dikatakan reliabel apabila variabel bebas dan variabel terikat memiliki nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60 (semakin mendekati 1 semakin reliabel). Hasil olah data uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel. 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,938	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,632	Reliabel
Minat Pembelian (Y)	0,938	Reliabel

Sumber: olah data 2025

Ketika nilai *cronbach's alpha* $>$ r hitung, maka item pertanyaan angket dapat dinyatakan reliabel. Diketahui nilai *cronbach's alpha* pada variabel harga adalah 0,938 $>$ 0,361 (r hitung), nilai *cronbach's alpha* variabel kualitas produk sebesar 0,632 $>$ 0,631 (r hitung) dan nilai *cronbach's alpha* variabel minat pembelian 0,938 $>$ 0,631 (r hitung) maka dapat diartikan bahwa item pertanyaan angket penelitian ini reliabel.

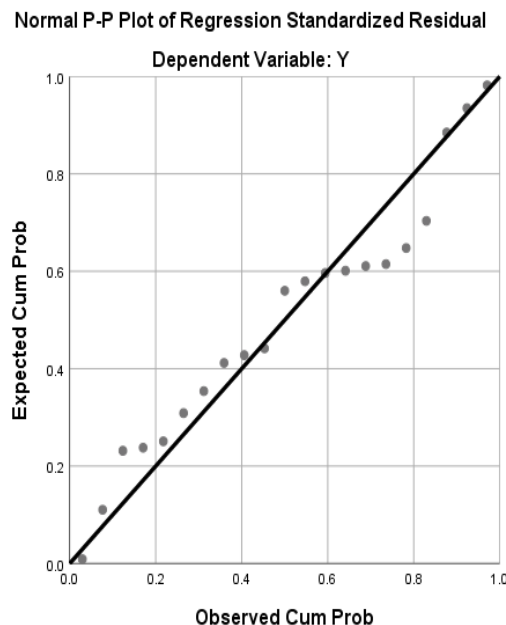
Uji Asumsi Klasik

Uji ini dilakukan untuk mencegah bias estimasi dan dengan demikian mengevaluasi kualitas data sehingga validitasnya dapat dipahami. Terdapat tiga uji kenormalan, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas untuk membentuk uji asumsi tradisional ini.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan apakah variabel dependen, variabel independen, atau keduanya dalam model regresi memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan *P-plot* dari gambar residual terstandarisasi regresi yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini untuk analisis.

Tabel. 7 Hasil Uji Normalitas



Sumber: kuesioner, 2025 (diolah)

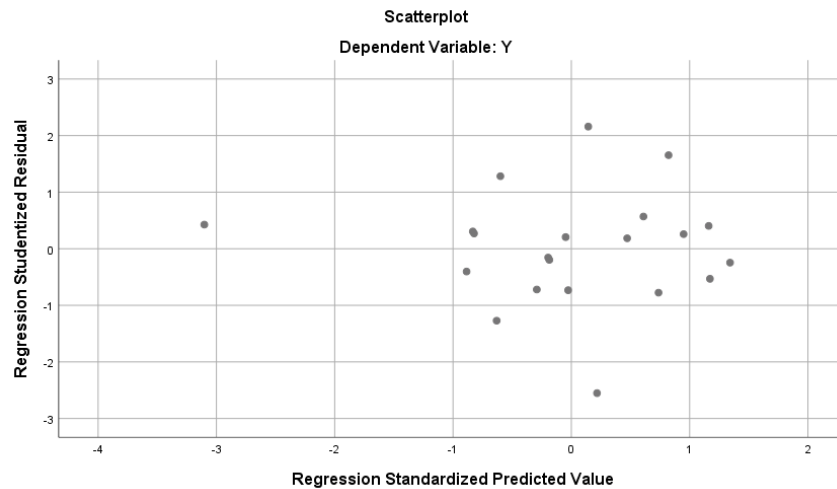
Berdasarkan gambar p-plot pada tabel 7 diketahui bahwa terdapat data disekitar garis diagonal maka data penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Menganalisis scatterplot dari variabel dependen ZPRED versus nilai residual SRESID membantu seseorang untuk mengevaluasi homoskedastisitas. Memeriksa kriteria membantu seseorang untuk menemukan homoskedastisitas. Heteroskedastisitas ditunjukkan oleh titik-titik scatterplot yang menunjukkan pola yang jelas atau gabungan. Di sisi lain, scatterplot yang menunjukkan titik-titik tanpa pola yang jelas (*spread*) menunjukkan kurangnya heteroskedastisitas, maka homogenitas variasi tersirat. Evaluasi heteroskedastisitas menghasilkan temuan yang diberikan dalam gambar di bawah ini.

Economic Reviews Journal

Volume 4 Nomor 2 (2025) 926 – 939 E-ISSN 2830-6449
DOI: 10.56709/mrj.v4i2.799



Gambar. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan *Scatterplot*

Sumber: Kuesioner, 2025 (diolah)

Gambar 1 menunjukkan bahwa diagram sebar tidak memperlihatkan pola tertentu dan titik-titiknya tersebar, sehingga hal ini menunjukkan tidak ada heteroskedastisitas yakni variasi yang homogen.

3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk memastikan apakah model regresi menemukan hubungan antara variabel independen—yaitu, faktor-faktor yang terkait dengan harga dan kualitas produk. Memeriksa nilai Variance Inflation Factor (VIF) dapat membantu seseorang untuk mendeteksi multikolinieritas; secara umum, jika nilai VIF kurang dari 10, maka nilai tersebut bebas dari multikolinieritas. Dalam karya ini, hasil uji multikolinieritas disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel. 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a	
Collinearity Statistics	
Tolerance	VIF
.798	1.254
.798	1.254

Sumber Kuesioner, 2025 (diolah)

Hasil uji multikolinieritas pada tabel 8 menunjukkan bahwa jika nilai *tolerance* sebesar $0,798 > 0,10$ serta nilai VIF $1.254 < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk menguji besarnya pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap variabel minat pembelian.

Tabel.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.733	5.637		-.308	.759
	Harga	.576	.092	.564	6.248	.000
	Kualitas Produk	.569	.285	.180	1.998	.049

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil dari pengolahan data pada tabel 9 maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Rumus ($Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$)

$Y = -1,773 + 0,576 X_1 + 0,569 X_2 + e$

Persamaan regresi linier di atas dapat dipahami melalui hal berikut:

1. Konstanta (Y) minat beli adalah -1,733.
Konstanta -1,733 menunjukkan bahwa minat beli akan turun sebesar -1,733 jika faktor harga (X1) dan kualitas produk (X2) berada dalam kondisi konstan (tetap). Ketika harga dan kualitas barang turun, minat beli konsumen akan naik secara berbanding terbalik.
2. Koefisien Regresi Harga Susu Kambing Etawa (X1) 0,576
Untuk harga 0,576 nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa minat beli konsumen meningkat karena harga. Minat beli konsumen terhadap susu kambing etawa akan naik sebesar 0,576 atau 57,6% seiring dengan kenaikan tingkat harga.
3. Kualitas Produk Susu Kambing Etawa: Koefisien Regresi X2 = 0,569
Nilai koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,569 menunjukkan bahwa minat beli konsumen meningkat karena kualitas produk. Minat beli konsumen akan meningkat sebesar 0,569 atau 56,9% apabila derajat mutu produk susu kambing etawa meningkat.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi mengevaluasi tingkat kejelasan variabel dependen yang diberikan oleh variabel independen. Uji koefisien determinasi menghasilkan hasil yang didefinisikan dalam tabel berikut.

Tabel. 10 Hasil Uji Determinasi Koefisien
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665 ^a	.442	.429	4.037

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber Kuesioner, 2025 (diolah)

Berdasarkan tabel 10 diperoleh nilai koefisien (*R Square*) sebesar 0,442 artinya hubungan antara variabel kuat dan searah. Dapat diartikan bahwa variabel harga dan kualitas produk semakin baik maka minat pembelian akan semakin meningkat juga, artinya

ketika indikator pada setiap dimensi variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat pembelian konsumen sebesar 44,2% dan sisanya 55,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan pada penelitian ini.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Selanjutnya, uji hipotesis parsial (Uji-T) ini akan membantu menentukan apakah masing-masing variabel independen secara signifikan memengaruhi variabel dependen. Uji-t memiliki kriteria yang sesuai dengan tingkat signifikansi dalam tabel koefisien dengan ambang signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Tabel di bawah ini menunjukkan teori yang diteliti.

Tabel. 9 Hasil Uji T

coefficient ^a		
	T	Sig.
(Constant)	-.308	.759
Harga	6.248	.000
Kualitas Produk	1.998	.049

Sumber Kuesioner, 2025 (diolah)

Dapat kita lihat dari table tersebut untuk variabel kualitas produk sebesar 0,049, tabel koefisien menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel harga sebesar 0,000. Dengan nilai alpha sebesar 0,05, menunjukkan bahwa variabel yang terkait dengan minat beli sebagian besar bergantung pada aspek harga dan kualitas produk.

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk melakukan pengujian gabungan terhadap pengaruh faktor harga dan kualitas produk terhadap variabel minat beli. Tabel ANOVA di bawah ini menunjukkan uji F untuk hasil penelitian ini.

Tabel. 10 Hasil Uji F

ANNOVA ^a	
F	Sig.
34.007	.000 ^b

Sumber Kuesioner, 2025 (diolah)

Dengan nilai signifikansi sebesar 0,00 yang ditunjukkan pada tabel ANOVA, unsur harga dan kualitas produk secara jelas dan signifikan mempengaruhi minat beli sekaligus.

PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Terhadap Minat Pembelian

Penelitian terhadap variabel harga menunjukkan bahwa permintaan susu kambing di Desa Liman Sari dipengaruhi secara positif dan signifikan. Masyarakat akan sangat menyukai barang dengan harga yang wajar. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori

permintaan yang menyatakan bahwa konsumen akan lebih memilih barang yang harganya lebih murah agar motivasi pembeliannya meningkat (Nobaiti, 2017). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Arief Hadian dan Reyfaldi Nurhidayah Manurung (2021) yang menunjukkan bahwa harga mempengaruhi aktivitas pembelian. Harga jelas dan sangat signifikan mempengaruhi minat beli menurut penelitian Hungga Fernando Tanata dan Sonata Christian (2021).

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat pembelian susu kambing di Desa Liman Sari dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas produk. Dimasukkannya variabel kualitas produk menunjukkan hubungan yang searah, artinya peningkatan kualitas produk berbanding lurus dengan peningkatan minat pembelian konsumen. Kualitas produk didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2010) sebagai tingkat kesesuaian suatu produk dengan kebutuhan dan tujuan konsumennya. Penelitian Aang Wahyu Saputro dan Zulfa Irawati (2023) mendukung hasil penelitian ini dengan menunjukkan bahwa minat pembelian dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk. Hal ini sesuai dengan penelitian Citra Aina Ulyah Salfadri dan Rizka Hasya (2021) yang menunjukkan bahwa minat pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas produk.

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli masyarakat Desa Liman Sari dalam membeli susu kambing etawa. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009) yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk mempengaruhi minat beli. Penelitian Suprianti dan Putra (2024) yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli memperkuat hasil penelitian ini. Penelitian Sandi Mantong, Althon K. Pongtukuran, dan Dwibin Kanna Padang (2024) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya tentang pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli susu kambing pada masyarakat Desa Liman Sari, maka dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut: 1). Keinginan untuk memperoleh susu kambing pada masyarakat Desa Limansari sangat dipengaruhi oleh harga yang dapat diterima dan wajar. Keinginan untuk memperoleh susu kambing di Desa Liman Sari sangat dipengaruhi oleh kualitas produk baik secara positif maupun secara drastis. 3). Minat beli sangat dipengaruhi oleh harga dan kualitas suatu barang secara bersamaan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa minat beli konsumen akan meningkat apabila suatu produk memiliki kualitas yang baik dan harga yang wajar.

Rekomendasi penelitian ini yaitu sebagai berikut: 1). Bagi pihak produsen susu kambing etawa hendaknya lebih meningkatkan kualitas produk agar lebih baik untuk menetapkan harga yang lebih sesuai. 2). Bagi pihak konsumen susu kambing etawa lebih

memperhatikan harga dan kualitas produk yang dibayarkan sesuai atau tidaknya produk yang dihasilkan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal Abdullah, Nurhalima, Megawati. 2024. "Pengaruh Strategi Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Frozen Food (Studi Pada Akun Tiktok Dakonfrozenfood)." *Jurnal manajemen bisnis digital terkini (Jumbidter)* 1 No.3:55–70. doi: <https://doi.org/10.61132/jumbidter.v1i2>.
- Amstrong, Kotler. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Perhalindo.
- Antonia, Melvyn. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang)."
- Arief Hadian, Reyfaldi Nurhidayah Manurung. 2021. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dalam Berbelanja Online Shopee." *Jurnal Bisnis Mahasiswa* 108.
- Ariyanti, Winda, Repita Sari, dan Vicky F. Sanjaya. 2021. "[Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli]." *Jurnal Ekonomi Sakti (JES)* 10(2):38. doi: 10.36272/jes.v10i2.219.
- Dadan Abdul Aziz Mubarak, Agri Regiansa. 2020. "Pengaruh Kelompok Acuan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Yamaha NMAX di Kota Bandung)." *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis* 1 No 1(1):28.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Harita, Ernawati. 2022. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di UD. Rendah Hati Kecamatan Telukdalam." 5.
- Keller, Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. 13 ed. Jakarta: Alih Bahasa Bob Sabran.
- Nobaiti, Lydia Goenandhi,. 2017. *Pengantar Ekonomi Makro*. 1 ed. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia: Scripta Cendekia Banjarbaru, Kalimantan Selatan, Indonesia.
- Pongtuluran, Dwibin Kannapadang, Sandi Mantong, Althon K. P. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Usaha Garasil KopiToraja Di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara." *Jurnal Tadbir Peradaban* 4 No.2(2775–1880):281.
- Pratama, Muhammad Astrickosyah Daffa, dan Ana Noor Andriana. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Produk Thrifting Store Swoosh." 5(1).
- Rizal Bahtiar Sulistyan, Ratna Wijayanti Daniar Paramita, , Noviansyah Rizal,. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif*. 3 ed. Widya Gamma Pres.
- Sujani, Kahyangan, Setya Budy. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Korean Food Yeobo Topokki." *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Sosial* 1 No.2:134.
- Sugiyono. 2020. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R D*. 19 ed. Alfabeta Bandung.
- Suprianti, K. A. D., dan K. E. S. Putra. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga TerhadapP Minat Beli Konsumen Pada UMKM Gegaen Lima Craft Desa Sudaji." 6(2).

- Tanata, Hungga Fernando, dan Sonata Chirstian. 2021. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Hungtata." *PerformaA* 4(6):94–103. doi: 10.37715/jp.v4i6.1182.
- Tsaniya, Rizqy, dan Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat BeliKonsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt." *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata* 5(1):32–39. doi: 10.23887/jmpp.v5i1.34390.
- Ulyah, Citra Aina, dan Rizka Hadya. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Alat-Alat Kesehatan Pada PT. Tirta MedicalL Indonesia Cabang Padang." *Jurnal Matua* vol 3 no 3:418.
- Veri Muldani, Rasfiuddin Sabaruddin, Rabiah Adatul Adawiah. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen PT. Mahkota Sukses Indonesia (Studi Kasus pada Konsumen PT. Mahkota Sukses Indonesia di Parepare)." *Jurnal Kewarganegaraan* Vol. 6 No. 3:5927.
- Zulfa Irawati, Aang Wahyu saputro. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Harga dan promosi Terhadap Minat Beli Produk Second Brand." *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis* 5 No.3:646.