

Analysis of the Factors Influencing Consumer Purchase Interest in Printing and Screen Printing Businesses at Sepakatea Advertising Broni Jambi City

Anita Nur Hijannah^{1*}, Arsa², dan Sri Rahma
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Corresponding Author: Anita Nur Hijannah Anitanh08@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Consumer Purchase Interest

Received : 24, April

Revised : 26, Mei

Accepted: 28, June

©2023 Hijannah, Arsa, Rahma:
This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Price, Product Quality and Service Quality are several factors that influence consumer buying interest. Quality products and services at affordable prices will attract consumers to buy. The purpose of this study was to determine the effect of price, product quality and service quality on consumer buying interest at Sepakatea Advertising Broni, Jambi City. The method used is a quantitative research method. The number of samples in this study were 81 people. Multiple Regression Analysis is used as a data analysis technique. The results showed that the Price Variable had a positive but not significant effect on consumer buying interest, the Product Quality Variable had a positive and significant effect on Consumer Buying Interests and the Service Quality Variable had no significant effect on purchasing decisions. Based on data analysis in this study, these variables are valid and reliable.

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Usaha Percetakan dan Sablon di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi

Anita Nur Hijannah^{1*}, Arsa², dan Sri Rahma
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Corresponding Author: Anita Nur Hijannah Anitanh08@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Minat Beli Konsumen

Received : 24, April

Revised : 26, Mei

Accepted: 28, June

©2023 Hijannah, Arsa, Rahma:
This is an open-access article
distributed under the terms of the
[Creative Commons Atribusi 4.0
Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Produk dan Pelayanan yang berkualitas dengan harga terjangkau akan menarik minat konsumen untuk membeli. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap minat beli konsumen di Sepakatea Adertising Broni Kota Jambi. Metode yang di gunakan adalah metode penelitian Kuantitatif. Jumlah Sampel dalam penelitian ini adalah 81 Orang. Analisis Regresi Berganda digunakan sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian menunjukkan Variabel Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli konsumen, Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Beli Konsumen dan Variabel Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data dalam penelitian ini variabel-variabel tersebut valid dan reliable.

PENDAHULUAN

Tujuan berdirinya suatu usaha bisnis adalah untuk memperoleh laba yang optimal dan menjamin kontinuitas usaha. Kedua tujuan perusahaan ini dapat berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Konsumen adalah hal yang menjadi tujuan utama pada sebuah usaha jasa. Saat ini semua produsen memahami begitu pentingnya peranan dan arti kualitas produk yang unggul untuk memenuhi harapan pelanggan pada semua aspek produk yang dijual ke pasar. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Sablon Merupakan Pola berdesain yang dapat dilukis, digunting, atau dipotong Sesuai dengan Contoh. Dalam penelitian ini digunakan sebuah studi kasus Faktor yang berpengaruh terhadap minat beli Konsumen Sepakatea Advertising. Sepakatea Advertising Adalah Sebuah Industri Percetakan dan Sablon yang terletak di Broni Kota Jambi. Saat ini, Percetakan Sepakatea Advertising mengalami Penurunan Konsumen dari bulan ke bulan dan memiliki konsumen yang lebih sedikit jika dibandingkan dengan kompetitornya. Untuk menanggapi hal tersebut, perlu diketahui penyebab terjadinya masalah tersebut. Dalam hal ini, peneliti mengambil 3 faktor utama, yaitu Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan. Sehingga penulis perlu mengambil beberapa data dari Lokasi Penelitian sebagai berikut:

Tabel.1 Data Penjualan Sepakatea Advertising selama 6 Bulan terakhir

No.	Bulan	Pendapatan Bulanan	Jumlah Pembeli
1.	April	Rp. 8.000.000	90
2.	Mei	Rp. 8.000.000	85
3.	Juni	Rp.10.000.000	71
4.	Juli	Rp. 7.000.000	68
5.	Agustus	Rp. 5.000.000	43
6.	September	Rp. 8.000.000	56
Total		Rp. 46.000.000	413

Sumber : Diolah dari data Primer

Tabel.2 Data Penjualan Kompetitor selama 6 Bulan Terakhir

No.	Nama Sablon	Pendapatan 6 Bulan Terakhir	Jumlah Pembeli 6 Bulan Terakhir
1.	Robi Advertising	Rp.74.813.500	643
2.	Dafi Print	Rp. 93.716.000	787
3.	Joeragan	Rp.186. 677.000	631

Sumber : Diolah dari data Primer

Dapat dilihat dari tabel.1 dan tabel.2 diatas, bahwa terjadi penurunan Minat konsumen di Sepakatea Advertising selama 6 Bulan terakhir dan jauh lebih sedikit di bandingkan dengan kompetitor. Pendapatan di Sepakatea berjumlah Rp.46.000.000 dengan jumlah pembeli 413 dalam 6 bulan terakhir. Sedangkan Robi Advertising total pendapatannya berjumlah Rp.76.000.000 dengan 643 Pembeli dan 2 orang karyawan, Dafi Print berjumlah Rp. 93.716.000 dengan 787 Pembeli dengan 3 jumlah karyawan dan Joeragan berjumlah Rp.186.677.000 dengan 631 Pembeli dan 3 karyawan. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa Pembeli dan Pendapatan yang diperoleh masih lebih sedikit dibandingkan dengan Kompetitor Sepakatea Advertising.

Dari hasil wawancara diperoleh data bahwa Sepakatea Advertising sudah berdiri selama 20 tahun, yaitu pada tahun 2002. Sedangkan ketiga competitor yakni Robi Advertising sudah berdiri selama 8 tahun, sejak 2014. Joeragan sudah berdiri selama 8 tahun sejak 2014 dan Dafi Print sudah berdiri selama 3 tahun sejak 2019.

Tabel.3 Nama dan Harga Produk

No	Nama Produk	Harga Produk			
		Sepakatea Advertising	Robi Advertising	Dafi Print	Joeragan
1.	Spanduk/Meter	Rp.25.000	Rp.25.000	Rp.25.000	Rp.25.000
2.	Sablon/Pcs	Rp. 20.000	Rp.20.000	Rp.15.000	Rp.15.000
3.	Plakat Acrilik/pes	Rp. 500.000	Rp.450.000	Rp.450.000	Rp.450.000
4.	Undangan Kertas Jasmine/Pcs	Rp.1.900	Rp.1.800	Rp.1.900	Rp.1.800
5.	Undangan Kertas Sparasi/Pcs	Rp.2.100	Rp.2.000	Rp.2.000	Rp.2.000
6.	Stempel Biasa/pes	Rp.25.000	Rp.30.000	Rp.30.000	Rp.30.000
7.	Stempel Flash/pes	Rp. 60.000	Rp.60.000	Rp.60.000	Rp.60.000
8.	Kartu Nama/kotak	Rp. 60.000	Rp. 50.000	Rp. 60.000	Rp.60.000
9.	Neon Box/meter	Rp.1.900.00	Rp.1.700.00	Rp.1.500.00	Rp.1.900.00
10.	Stiker/meter	Rp.150.000	Rp.150.000	Rp.150.000	Rp.150.000

Sumber: Diolah dari data Primer

Dari data yang diperoleh pada table 1.3 dapat dilihat bahwa Harga-harga yang diberikan dikeluarkan oleh Sepakatea Advertising sedikit Lebih mahal Jika dibandingkan dengan Kompetitor. Dari Hasil penelitian yang dilakukan peneliti terhadap sablon Sepakatea Advertising, bahwa ada beberapa hal yang menyebabkan Kualitas Produk kurang memuaskan sebagian Konsumen, Seperti dari tenaga kerja yang dipergunakan tidak adanya karyawan tetap selain pemilik pelaku usaha, melainkan menggunakan jasa Siswa Magang sehingga pekerjaan yang dilakukan tidak akan semaksimal menggaji karyawan. Selain itu, Revisi untuk mengedit pembuatan produk dibatasi sehingga berpengaruh terhadap hasil desain produk. Dari yang saya amati, Pelaku usaha melayani dengan ramah dan menarik. Namun, dalam usaha ini pelaku usaha tidak dapat melayani permintaan konsumen agar siap lebih cepat karena keterbatasan alat produksi, selain itu pelaku usaha tidak dapat begitu mengikuti kaum milenial karena pengaruh usia dalam membuat desain dibandingkan dengan competitor yang kebanyakan masih muda dan memiliki karyawan dalam pengerjaan desain.

Dari uraian di atas, peneliti ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen pada usaha percetakan dan Sablon di Sepakatea Advertising.

TINJAUAN PUSTAKA

Minat Beli

Minat Beli adalah seberapa besar kemungkinan konsumen yang melekat pada minat beli tersebut. Menurut Kotler dan Keller arti minat beli konsumen adalah perilaku konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk.

Konsumen

Menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 angka (2), Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Usaha Sablon

Luzar menjelaskan Cetak Sablon merupakan sebuah kegiatan mencetak dengan alat dasar yang digunakan adalah layar saringan (Screen) dengan tingkat kerapatan serat tertentu. Tahap berikutnya, screen tersebut diberi sebuah model cetakan atau disebut dengan mal. Model ini berasal dari negatif desain yang sudah dibuat terlebih dahulu. Kemudian, tahap berikutnya adalah penyinaran (Exposure), hal ini dilakukan untuk mengetahui bentukan-bentukan bagian yang dapat dilalui atau tidak oleh tinta. Caranya adalah dengan menuangkan tinta di atas screen dan disapu dengan menggunakan alat yang terbuat dari karet atau disebut dengan rakel.

Harga

Harga memainkan peran strategik dalam pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk bersangkutan bakal tidak terjangkau oleh pasar sasaran tertentu. Sebaliknya, jika harga terlampaui murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk. Penetapan harga secara tepat merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan perusahaan dalam jangka pendek dan jangka panjang.

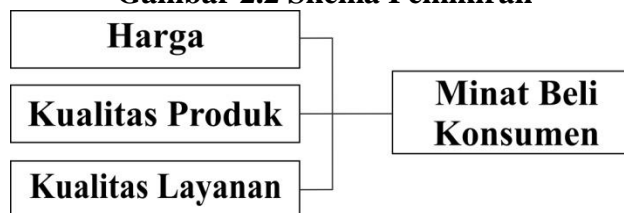
Kualitas Produk

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhannya yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan. Kita dapat mengatakan bahwa penjual telah menghantarkan kualitas ketika produk atau jasanya memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan.

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan Merupakan Sesuatu yang dipersepsikan oleh Pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik.

Gambar 2.2 Skema Pemikiran



Gambar.1 Skema Pemikiran

Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka pemikiran di atas, maka dapat di buat Hipotesis sebagai berikut:

- H₁ : Secara Parsial Variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Sepakatea Advertising Broni kota Jambi.
- H₂ : Secara Parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi.
- H₃ : Secara Parsial variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi.
- H₄ : Secara Simultan variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi.

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data berdasarkan jumlah atau banyaknya yang dilakukan secara objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum. Sumber data yang digunakan ialah sumber Data Primer. Data Primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumber utama. Data primer diperoleh dari responden melalui pengukuran langsung, kuesioner, kelompok panel, atau data hasil wawancara dengan nara sumber, data yang diperoleh dari data primer harus diolah lagi. Dapat dijelaskan disini bahwa data primer dapat diperoleh langsung dari sumber utamanya dengan cara menyebar kuesioner, wawancara atau dari lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau orang yang bersangkutan yang memerlukannya.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu Observasi atau disebut juga dengan pengamatan merupakan kegiatan pemuatan perhatian semua objek dengan menggunakan seluruh indera. Yang dilakukan pada saat pengamatan ialah mengamati gejala-gejala social dalam kategori yang tepat, mengamati berkali-kali dan dicatat menggunakan alat bantu, Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (Interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Koesioner dapat berupa pertanyaan mengenai faktor-faktor yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalu pos atau internet, dan Dokumentasi secara umum dapat disimak dari pemakaian kata tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dokumentasi biasanya memakai kamera untuk mengabadikan peristiwa dalam bentuk foto. Hasil kegiatan mengabadikan itu menjadi salah satu sumber informasi tentang peristiwa tersebut.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah Konsumen Percetakan dan Sablon yang terletak di Broni dan jumlah konsumen sebanyak 413 dan sampel yang di ambil dari populasi adalah keseluruhan populasi dikarenakan jumlah populasi >100.

Rumus Slovin:

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

n = Jumlah Sampel Penelitian

N = Jumlah Populasi

E = Error atau kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan.

$$n = \frac{413}{(1 + 413 \cdot 10\%^2)} = \frac{413}{5,13} = 80,5(81)$$

HASIL PENELITIAN

- Uji Validitas Harga

Tabel.4 Hasil Uji Validitas Harga

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
H1	0,691	0,163	Valid
H2	0,583	0,163	Valid
H3	0,642	0,163	Valid
H4	0,663	0,163	Valid
H5	0,556	0,163	Valid

Sumber: diolah dari data primer 2023

Berdasarkan data di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item untuk variabel Harga berstatus valid dengan hasil $r_{hitung} > r_{table}$.

- Kualitas Produk

Tabel.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
KP1	0,853	0,163	Valid
KP2	0,857	0,163	Valid
KP3	0,610	0,163	Valid
KP4	0,708	0,163	Valid
KP5	0,834	0,163	Valid

Sumber: diolah dari data primer 2023

Berdasarkan data di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item untuk variabel Kualitas Produk berstatus valid dengan hasil $r_{hitung} > r_{table}$.

- Kualitas Layanan

Tabel.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
KL1	0,641	0,163	Valid
KL2	0,626	0,163	Valid
KL3	0,648	0,163	Valid
KL4	0,639	0,163	Valid
KL5	0,581	0,163	Valid

Sumber: diolah dari data primer 2023

Berdasarkan data di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item untuk variabel Kualitas Layanan berstatus valid dengan hasil $r_{hitung} > r_{table}$.

- **Minat Beli Konsumen**

Tabel.6 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
MB1	0,558	0,163	Valid
MB2	0,714	0,163	Valid
MB3	0,746	0,163	Valid
MB4	0,789	0,163	Valid
MB5	0,665	0,163	Valid

Sumber: diolah dari data primer 2023

Berdasarkan data di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item untuk variabel Minat Beli Konsumen berstatus valid dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

- **Uji Reliabilitas**

Hasil Uji Reliabilitas terhadap Kuesioner pada masing-masing variabel penelitian dengan menggunakan bantuan IBM SPSS Statistik 22 Sebagai Berikut:

Tabel.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reabilitas	Keterangan
Harga	0,614	0,6	Reliabel
Kualitas Produk	0,833	0,6	Reliabel
Kualitas Layanan	0,609	0,6	Reliabel
Minat Beli Konsumen	0,730	0,6	Reliabel

Sumber: diolah dari data primer 2023

Berdasarkan data dari tabel diatas, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa keempat variabel yaitu Harga, Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Minat Beli Konsumen mempunyai *cronbach's alpha* > 0,6. Dengan Begitu, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan pada penelitian ini berstatus reliable sehingga jawaban-jawaban responden tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

Uji Asumsi Klasik

- **Uji Normalitas**

Model Regresi yang baik adalah memiliki data yang berdistribusi normal. Uji yang digunakan adalah *Kolmogorof Smirnov* dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini merupakan jenis data yang berdistribusi normal. Data yang berdistribusi normal adalah data yang memiliki nilai signifikan lebih besar daripada 0,05 ($sig. > 0,05$).

Tabel.8 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

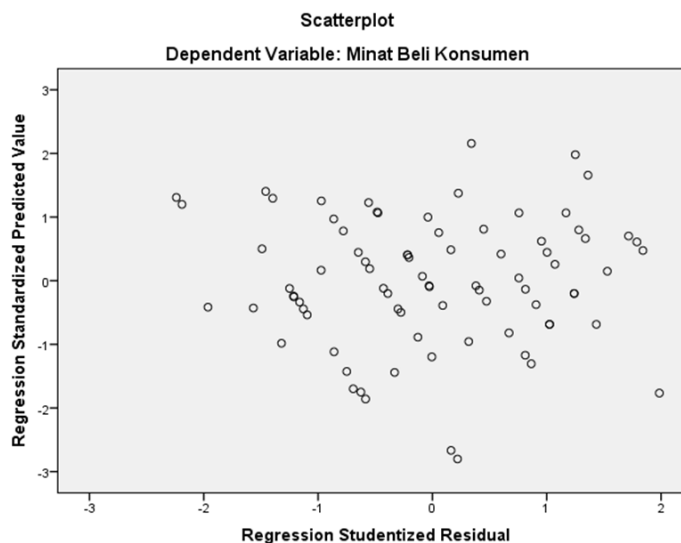
		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.42452717
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.042
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil *Kolmogorof Smirnov test* pada residual yang telah dihitung menggunakan program pengolahan data dan diperoleh *Test Statistic* sebesar 0,069 dan nilai signifikansi residual sebesar 0,200. Dari hasil uji normalitas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Sig. > 0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian berdistribusi normal.

• **Uji Heteroskedasitas**

Model regresi yang baik ialah tidak terjadi Heteroskedasitas. Model Regresi dalam penelitian ini menggunakan metode *scatterplot* untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedasitas. Hasil dari uji Heteroskedasitas terhadap model regresi disajikan dalam bentuk *chart* dibawah ini:



Gambar.2 Hasil Uji Heteroskedasitas
Sumber: diolah dari data primer 2023

Berdasarkan output scatterplot di atas, diketahui bahwa:

1. Titik-titik data penyebaran berada di atas dan bawah tau disekitar angka (-2)-2.
2. Titik tidak hanya mengumpul di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik tidak membentuk pola bergelombang, menyempit kemudian melebar dan menyempit kembali.
4. Penyebaran titik data tidak berpola.

- **Uji Multikolonieritas**

Hasil Uji Multikolonieritas untuk masing-masing variabel dapat dilihat dalam table berikut:

Tabel.9 Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Toleran ce	VIF	Kesimpulan
Harga	0,952	1,05 0	Tidak terjadi Multikolonieritas
Kualitas Produk	0,921	1,08 6	Tidak Terjadi Multikolonieritas
Kualitas Layanan	0,949	1,05 4	Tidak terjadi Multikolonieritas

Sumber: diolah dari data primer 2023

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai Tolerance > 0,1 dan nilai VIV < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

- **Regresi Linear Berganda**

Tabel.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.798	6.110		1.603	.113
Harga	.294	.176	.181	1.666	.100
Kualitas Produk	.281	.098	.318	2.878	.005
Kualitas Layanan	-.179	.177	-.110	-1.009	.316

Sumber: diolah dari data primer 2023

Berdasarkan tabel diatas, persamaan regresi linear berganda dapat di susun sebagai berikut:

$$Y = 9,798 + 0,294X_1 + 0,281X_2 + -0,179X_3 + e$$

Pertama, Nilai konstanta dalam model regresi ini adalah sebesar 9,798, artinya ada atau tidaknya pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan, maka minat beli konsumen dalam bertransaksi di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi tidak akan mengalami perubahan baik bertambah ataupun berkurang (tetap).Kedua, Nilai koefisien regresi untuk variabel Harga (X1) memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,294. Hal ini menunjukkan jika Harga mengalami kenaikan 1%, maka Minat beli konsumen akan naik sebesar 0, 294 dengan asumsi variabel independen lainnya di anggap constant. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel Independen dan Variabel dependen. Ketiga, Nilai Koefisien regresi untuk variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai positif yaitu sebesar 0,281.

Hal ini menunjukkan jika Kualitas Layanan mengalami kenaikan 1%, maka Minat beli konsumen akan naik sebesar 0,281 dengan asumsi variabel independen lainnya di anggap constant. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel Independen dan Variabel dependen. Keempat, Nilai Koefisien regresi untuk Variabel Kualitas Layanan (X3) yaitu sebesar -0,179. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negative (Berlawanan arah) antara variabel Kualitas produk dan Minat Beli Konsumen. Hal ini artinya jika variabel Kualitas Produk mengalami kenaikan 1% maka sebaliknya variabel Minat Beli Konsumen akan mengalami penurunan sebesar 0,179. Dengan asumsi bahwa variabel lainnya di anggap constant.

- Uji-t

Tabel.11 Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.798	6.110		1.603	.113
Harga	.294	.176	.181	1.666	.100
Kualitas Produk	.281	.098	.318	2.878	.005
Kualitas Layanan	-.179	.177	-.110	-1.009	.316

Sumber: diolah dari data primer 2023

Pertama, Berdasarkan table *coefficients^a* di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel Harga yaitu sebesar 1,666 dan nilai signifikansi sebesar 0,100. Batas signifikansi model regresi menggunakan angka 0,05 ($\alpha = 5\%$). Nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Hal ini berarti $1,666 > 1,660$ dan $sig. 0,100 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka Harga berpengaruh namun tidak signifikan terhadap minat beli Konsumen terhadap Usaha Percetakan dan Sablon di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi. Kedua, Berdasarkan table *coefficients^a* di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk yaitu sebesar 2,876 dan nilai signifikansi sebesar 0,005. Batas signifikansi model regresi menggunakan angka 0,05 ($\alpha = 5\%$). Nilai t_{tabel} sebesar 2,876. Hal ini berarti $2,876 > 1,660$ dan $Sig. 0,005 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Maka Kualitas Produk berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli Konsumen terhadap Usaha Percetakan dan Sablon di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi. Ketiga, Berdasarkan table *coefficients^a* di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel Kualitas Layanan yaitu sebesar -1,009. dan nilai signifikansi sebesar 0,316. Batas signifikansi model regresi menggunakan angka 0,05 ($\alpha = 5\%$). Nilai t_{tabel} sebesar 1,660. Hal ini berarti $-1,009 < 1,660$ dan $Sig. 0,316 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Maka Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen terhadap Usaha Percetakan dan Sablon di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi.

- Uji-F

Tabel.12 Uji-F ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	64.721	3	21.574	3.479	.020 ^b
Residual	477.501	77	6.201		
Total	542.222	80			

a. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Harga, Kualitas Produk

Sumber: diolah dari data primer 2023

Dari hasil perhitungan yang tercantum di atas, diperoleh F_{hitung} sebesar 3,479 dan sig. 0,020, hasil ini jika dibandingkan dengan F_{tabel} (Pada df 3;81-3 = 3;78 diperoleh F_{tabel} 2,72) angka tersebut berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,479 > 2,72$) dan sig. $< \alpha$ ($0,020 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi.

- Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel-variabel independen.

Tabel.13 Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.345 ^a	.119	.085	2.49024

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

b. Dependent Variable: Minat Beli Konsumen

Sumber: diolah dari data primer 2023

Berdasarkan table di atas, diperoleh nilai R^2 sebesar 0,119. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan secara simultan mempengaruhi minat beli konsumen di Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi sebesar 11,9%, Sedangkan sisanya ($100\% - 11,9\% = 88,1\%$) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen, Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,666 > 1,660$ dan $sig. 0,100 > 0,05$). Sehingga H_a yang menyatakan "Variabel Harga Berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen" diterima. Menurut Kotler dan Keller (2009:97) mendefinisikan harga sebagai salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Penelitian ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fakhru Rizky NST dan Hanifa Yasin yang menjelaskan bahwa Variabel Harga berpengaruh terhadap Minat beli Konsumen.
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen, Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,876 > 1,660$ dan $Sig. 0,005 < 0,05$) Sehingga H_a yang menyatakan "Variabel Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen" diterima. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arief Adi Satria yang menjelaskan bahwa Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Minat.
3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen, Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk berpengaruh Negatif sebesar -1,009. Hipotesis H_a ditolak karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-1,009 < 1,660$) dan $Sig. > \alpha$ ($0,316 > 0,05$) yang berarti bahwa variabel Kualitas Layanan tidak Signifikan terhadap Variabel Minat Beli Konsumen. Hal ini relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibrahim dan Siti Marijam Thawil yang menjelaskan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan belum dapat membuktikan hubungan dan signifikan variasi dari kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari hasil Penelitian dapat disimpulkan bahwa secara Parsial Variabel Harga berpengaruh namun Tidak Signifikan terhadap Minat Beli Konsumen, Variabel Kualitas Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Beli Konsumen, dan Variabel Kualitas Layanan Tidak Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen. Sedangkan, Secara Simultan Variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Minat beli Konsumen pada usaha Percetakan dan Sablon Sepakatea Advertising Broni Kota Jambi.

PENELITIAN LANJUTAN

Untuk Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melanjutkan penelitian ini pada faktor-faktor yang lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih saya ucapkan kepada rekan-rekan yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Baik internal maupun Eksternal, penelitian ini tidak akan selesai tepat pada waktunya tanpa dukungan rekan-rekan sekalian.

DAFTAR PUSTAKA

- Arief Adi Satria. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 2(1): 47.
- Arief Adi Satria. 2017. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. 2(1): 47.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta. 2006.
- Djaali. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2020.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Handoko, Hani dan Swasta Basu. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen cet-7*. Yogyakarta: BFEE, 2016.
- Handoko, Hani dan Swasta Basu. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen cet-7*. Yogyakarta: BFEE, 2016.
- I Gde Yudiaris. 2015. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(1): 2.
- I Gde Yudiaris. 2015. Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada CV. Puri Lautan Mutiara. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(1): 2.
- Kartika Putri dkk. *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, dan Peran Bussines Developmen*
- Kartika Putri dkk. *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan, Modal Usaha, dan Peran Bussines Developmen*
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Terjemah Manajemen Pemasaran ed. Ke-13*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Terjemah Manajemen Pemasaran ed. Ke-13*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kountur, Ronny. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PMM, 2007.
- Kountur, Ronny. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Jakarta: PMM, 2007.
- Mashuri, M Zainuddin. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: Refika Aditama, 2011.
- Mashuri, M Zainuddin. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikatif*. Bandung: Refika Aditama, 2011.
- Moleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Revisi*. Bandung: Rosda, 2005.

- Moleong, Lexi J. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Revisi*. Bandung: Rosda, 2005.
- Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesiaed ke-4*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Pusat Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesiaed ke-4*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Soeharto, *Ekonomi Manajerial Yogyakarta*: CV. Andi Offset, 2007.
- Soeharto, *Ekonomi Manajerial Yogyakarta*: CV. Andi Offset, 2007.
- Soeharto, Irawan. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2011.
- Soeharto, Irawan. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosda Karya, 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Tersianan, Andra. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Yogyakarta, 2018.
- Tersianan, Andra. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Yogyakarta, 2018.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2015.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2015.