

\

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA DANKE CAFÉ SINGARAJA**

Oleh :

Ketut Mira Puspita Dewi, NIM. 2017011033

Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Danke Café Singaraja. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berbelanja di Danke Café Singaraja. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, dan (3) kualitas produk serta harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Danke Café Singaraja. Hal tersebut dilihat dari hasil regresi linear berganda dengan nilai X_1 sebesar 0,228 yang berarti semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat minat beli dan nilai X_2 sebesar 0,260 yang berarti semakin terjangkau harga semakin meningkat pula minat beli. Hasil uji t variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang memiliki arti bahwa H_1 diterima dan hasil uji t variabel harga memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang memiliki arti bahwa H_2 diterima, serta hasil uji f memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang berarti H_3 diterima.

Kata kunci: Kualitas produk, Harga, Minat beli

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA DANKE CAFÉ SINGARAJA**

By:

Ketut Mira Puspita Dewi, NIM. 2017011033

Program Studi Pendidikan Ekonomi

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and price on consumer purchasing interest at Danke Café Singaraja. The type of research used is causal research with a quantitative approach. The population in this study were all consumers who had shopped at Danke Café Singaraja. The sampling technique used was purposive sampling with a sample size of 100 respondents. The data used in this study are quantitative data sourced from primary data obtained through questionnaires. The data collection method was carried out by distributing questionnaires to respondents who had met the research criteria. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with hypothesis testing using the t test and F test. The results of the study indicate that (1) product quality has a positive and significant effect on consumer purchasing interest, (2) price has a positive and significant effect on consumer purchasing interest, and (3) product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on consumer purchasing interest at Danke Café Singaraja. This can be seen from the results of multiple linear regression with an X_1 value of 0.228, which means that the higher the product quality, the higher the purchasing interest and an X_2 value of 0.260, which means that the more affordable the price, the higher the purchasing interest. The results of the t test of the product quality variable have a significant value of 0.000, which is smaller than 0.05, which means that H_1 is accepted and the results of the t test of the price variable have a significant value of 0.000, which is smaller than 0.05, which means that H_2 is accepted, and the results of the f test have a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05, which means that H_3 is accepted.

Keywords: Product quality, Price, Purchase interest