

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK BUMDES MAJU BERSAMA TIRTAJAYA  
KABUPATEN TANAH LAUT**

Mellysiana Puspita Tiara Dewi<sup>1</sup>, Akhmad Samhudi<sup>2</sup>, Lamsah<sup>3</sup>

Manajemen, 61101, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

Banjarmasin, 19.31.0799

Manajemen, 61101, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

Banjarmasin, 0012076001

Manajemen, 61101, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari

Banjarmasin, 1106037801

**Email : mellysianapuspitataradewi@gmail.com**

**ABSTRAK**

Adapun tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui dan juga menganalisa pengaruh Harga terhadap Minat Beli Produk Bumdes Maju Bersama Tirtajaya Kabupaten Tanah Laut. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk Bumdes Maju Bersama Tirtajaya Kabupaten Tanah Laut

Penelitian ini menggunakan metode analisa data kuantitatif, Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian yang bersifat eksplanasi ilmu dapat digolongkan pada jenis penelitian kausalitas yaitu penelitian yang ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan sebab akibat (*cause- effect*) antar beberapa konsep atau beberapa variable atau beberapa strategi yang dikembangkan dalam manajemen dan diarahkan untuk menggambarkan adanya sebab akibat antara beberapa situasi yang digambarkan dalam variable, dan atas dasar itu ditariklah sebuah kesimpulan.

Hasil penelitian diperoleh Harga didapatkan nilai sig. = 0.000 (Nilai Sig. >) dan juga memiliki nilai t-hitung sebesar 7,652 lebih kecil dari nilai t-tabel, dengan demikian dapat diketahui variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Minat Beli. Peningkatan terhadap variabel Harga Kerja ( $X_1$ ) 0.454 adalah positif, yang berarti bahwa

adanya hubungan searah antara variabel bebas dan variabel terikat, semakin meningkat nilai pada Harga, maka hubungan Minat Beli juga akan meningkat sebesar 45,4%. Kualitas Produk didapatkan nilai sig. = 0.018 (Nilai Sig. >) dan juga memiliki nilai t-hitung sebesar 2,131 lebih kecil dari nilai t-tabel, dengan demikian dapat diketahui variabel Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Minat Beli. Peningkatan terhadap variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) 0.227 adalah positif, yang berarti bahwa adanya hubungan searah antara variabel bebas dan variabel terikat, semakin meningkat nilai pada Kualitas Produk, maka hubungan Minat Beli juga akan meningkat sebesar 22,7%

**Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Minat Beli**

### DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2010). "Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek". Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Assauri. (2017). "Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian". Bandung: Alfabeta.
- Assauri. (2018). "Manajemen Pemasaran: Konsep dan Penerapan". Bandung: Alfabeta.
- Bob Sabran. (2016). "Manajemen Pemasaran". Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Durianto, D., & Liana. (2004). "Pengantar Ekonomi Perilaku". Jakarta: Rajawali Press.
- Ferdinand, Augusty T. (2014). "Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2012). "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2008). "Manajemen Pemasaran". Yogyakarta: BPFEE.
- Hasan. (2013). "Manajemen Pemasaran: Dari Teori Ke Aplikasi". Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Humairoh Binti Muhammad Husni Maimun. (2018). "Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu All Star Original (Studi Kasus Sport Station Cambridge Medan)" [Tesis Magister]. Universitas Indonesia.

- Kinney, T. C., & Taylor, J. R. (2006). "Marketing Research: An Applied Approach". New York: McGraw-Hill.
- Kotler, Philip. (2005). "Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian". Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). "Marketing Management". Translated by Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2017). "Marketing Management". New Jersey: Pearson.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). "Manajemen Pemasaran Jasa". Jakarta: Salemba Empat.
- Nazara, N. (2018). "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ud. Miseltelukdalamkabupaten Nias Selatan" [Tesis Magister]. Universitas Sumatera Utara.
- Prasastono & Pradapa. (2012). "Manajemen Pemasaran Strategis". Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Purnama. (2001). "Manajemen Pemasaran Modern". Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Riduwan & Akdon. (2018). "Metode dan Teknik Menyusun Tesis". Bandung: Alfabeta.
- Riyanti. (2015). "Manajemen Pemasaran". Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). "Consumer Behavior". New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Simamora, B. (2001). "Manajemen Pemasaran". Yogyakarta: STIE YKPN.
- Sugiyono. (2014). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Bandung: Alfabeta.
- Supriyatna, W. (2021). "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Peyek Kacang Diprodusen Peyek Berkah Bersaudara Bojong Sari, Depok, Jawa Barat" [Tesis Sarjana]. Universitas Pamulang.
- Swastha, B. (2005). "Manajemen Pemasaran Modern". Jakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2003). "Manajemen Jasa". Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2007). "Manajemen Pemasaran". Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). "Manajemen Pemasaran". Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Candra, G. (2012). "Pemasaran Strategik: Perspektif Kurva Kehidupan Produk". Yogyakarta: Andi Offset.
- Thamrin, M. (2003). "Pengantar Perilaku Konsumen". Jakarta: Gramedia.
- Wibisaputra, D. (2011). "Analisis Pengaruh Variabel Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Produk Susu PT Indolakto Di Malang". Jurnal Manajemen, 15(1), 29-40.

- Wulandari, D. A. (2021). "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat (UMKM Tahu di Desa Sambong)" [Tesis Sarjana]. Universitas Diponegoro.
- Yuliantari, et al. (2020). "Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi". Jakarta: Kencana.