

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DISTRIBUSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA SIRUP CAP MAWAR

Miftahul Jannah<sup>1</sup>, Sulaiman<sup>2</sup>

<sup>1</sup>) Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Umuslim

<sup>2,3</sup>) Staf Pengajar Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Umuslim

Email : miftahuljannahusman4@gmail.com

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh distribusi terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan distribusi secara simultan terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang cara kerjanya meniru model penelitian alam dalam melakukan proses pengumpulan data yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan SPSS 22.0. Jumlah Populasi yang diambil untuk menentukan sampel adalah masyarakat yang mengkonsumsi Sirup cap mawar dari beberapa Desa di Kec Peusangan, Kab Bireuen adalah 120 orang. Jumlah sampel dari 120 populasi adalah sebanyak 55 orang. Berdasarkan Hasil 1 Uji-t untuk variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,994 dengan tingkat signifikan sebesar 0,051 dan diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis satu (H1) diterima. Hasil uji-t untuk variabel *distribusi* ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,997 tingkat signifikan sebesar 0,087 dan diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya *Distribusi* mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dua (H2) diterima. Hasil uji F dalam penelitian ini diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4.609 dengan tingkat signifikan sebesar 0,330. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% dan  $df = n-k-1$  ( $55 - 2 - 1 = 52$ ) diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,18 Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  artinya kualitas produk dan distribusi secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis tiga (H3) diterima.

**Kata Kunci:** kualitas produk, distribusi, minat beli konsumen, sirup cap mawar

### ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of product quality on consumer buying interest in rose cap syrup, to determine and analyze the effect of distribution on consumer buying interest in rose cap syrup and to determine and analyze the effect of product quality and distribution simultaneously on consumer buying interest. on rose cap syrup. This study uses a quantitative method whose work imitates the natural research model in carrying out the data collection process which is then analyzed using SPSS 22.0. The number of population taken to determine the sample is the people who consume rose stamp syrup from several villages in Peusangan District, Bireuen Regency are 120 people. The number of samples from 120 population is 55 people. Based on the results of the t-test for the Product Quality variable ( $X_1$ ), the t-count is 1.994 with a significant level of 0.051 and it is known that the t-table is 1.674. Thus  $t_{count} > t_{table}$ , meaning that the quality of the product has a positive and significant effect on consumer buying interest in rose stamp syrup. This shows that hypothesis one (H1) is accepted. The results of the t-test for the distribution variable ( $X_2$ ) obtained a tcount of 1.997, a significant level of 0.087 and a known t-table of 1.674. Thus  $t_{count} > t_{table}$ , meaning that distribution has a positive and significant influence on consumer buying interest in rose stamp syrup. This shows that hypothesis two (H2) is accepted. The results of the F test in this study obtained the Fcount value of 4.609 with a significant level of 0.330. While the Ftable value with a significance level of 5% and  $df = nk-1$  ( $55 - 2 - 1 = 52$ ) obtained a Ftable value of 3.18. Thus,

Fcount > Ftable means that product quality and distribution simultaneously have a positive and significant influence on purchase intention. consumers on rose stamp syrup. This shows that hypothesis three (H3) is accepted.

Keywords: product quality, distribution, consumer buying interest, rose stamp syrup

## Pendahuluan

Keberhasilan suatu perusahaan untuk mendapatkan kepercayaan dari konsumen tidak terlepas dari strategi pemasaran, dan didukung oleh produk yang berkualitas. PT maju jaya pohon pinang merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang produksi sirup yang telah menggunakan media TV untuk mengenalkan produknya kepada konsumen. Mereka juga mendistribusikan sirup pohon pinang ke berbagai daerah.

selain sirup pohon pinang Produk sejenis yang sangat dikenal khususnya di Aceh adalah sirup kurnia cap patung liberty, kalau di aceh lebih dikenal dengan sirup cap patung nama yang sangat melagenda bagi masyarat aceh. Sirup cap patung sudah menjadi menu wajib ketika memasuki bulan suci ramadhan dan hari lebaran. Sirup ini di produksi 12 Ribu botol perhari, dan berati sekitar 4,3 juta botol pertahun. Sirup ini salah satu sirup pabrik lokal yang bertahan dan mampu mendongkrak menjadi skala nasional, dengan cara membuat kemasan lebih rapi dengan botol putih bening sehingga merahnya mawar tersaksikan dengan sempurna.

Merek lain di Aceh khususnya di Matang Gelempang Dua juga yang paling dikenal adalah sirup cap mawar, Di produksi dengan warna dan rasa yang berbeda beda. Persaingan bisnis sirup semakin ketat baik dari segi

kualitas produk, promosi, distribusi, harga ataupun pelayanan yang diberikan. Sehingga menuntut manajemen pemasaran untuk lebih cermat dalam mmenentukan strategi persaingan dengan produk sejenis.

Disisi lain Pemasaran juga merupakan hal yang penting dalam sebuah bisnis, karna di dalamnya individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan cara menciptakan dan menawarkan produk dengan pihak lain. Sehingga adanya pertukaran antara penjual dan pembeli baik produk maupun jasa dalam kegiatan tersebut.

Naili Farida dalam bukunya yang berjudul “ Manajemen Pemasaran Teori & Aplikasi “ Menyatakan bahwa “ Pemasar harus mampu memilih segmen pasar yang tepat sehingga mampu menginditifikasikan pasar sasaran yang dituju untuk menjual produknya. Pemasar juga membutuhkan konsep untuk memperoleh tanggapan yang diinginkan, Konsep yang diperlukan adalah bauran pemasaran. Definisi dari bauran pemasaran adalah Marketing mix, pengertian dari Marketing mix adalah suatu strategi pemasaran yang digunakan perusahaan secara terus menerus untuk mencapai pemasarannya di pasar sasaran.“ Variabel bauran pemasaran yang dapat membantu mencapai tujuan pemasaran yaitu produk, promosi, distribusi dan harga.

Setiap pelaku usaha dituntut untuk mempertimbangkan minat konsumen sebagai faktor penting dalam pasar karena dengan memperhatikan keinginan konsumen maka pelaku usaha dapat memenangkan persaingan dalam pasar sasaran, sehingga dapat menumbuhkan minat beli konsumen terhadap produk atau jasa yang di pasarkan. Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian (Aseeal ;2008). Minat beli seseorang berhubungan erat dengan perasaan, ketika seseorang merasa senang dan puas melihat produk dan jasa.

Kualitas merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan, yaitu produk yang dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk (Product Quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan kendala, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program “ Total Quality Managemen (TQM)“ Selain mengurangi kerusakan produk, tujuan pokok kualitas total adalah untuk meningkatkan kualitas nilai konsumen. Jadi Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan.

Suatu produk (baik dalam bentuk barang maupun bentuk jasa) akan laku dipasaran apabila produk tersebut dapat

disalurkan ke berbagai tempat dimana terdapat calon pembeli yang potensial, untuk tujuan yang diinginkan maka digunakan distribusi untuk memasarkan produk tersebut, tempat distribusi adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran (Kotler dan Armstrong,2008;63). Pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produser ke konsumen sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, dan tempat yang dibutuhkan). (Tjiptono ,2008;185). Distribusi adalah kegiatan yang mempermudah penyampaian barang dari produser ke konsumen, melalui lembaga-lembaga perantara pemasaran seperti, distributor, grosir yang menyalurkan barang ke pengusaha lain, Hingga sampai kepada konsumen akhir. Tujuan dari distribusi adalah memastikan hasil produksi sampai kepada konsumen dengan lancar, dengan adanya penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen dapat mendorong kelancaran pemasaran.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Imam Heryanto (2015) dengan judul *Analisis pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan.* menunjukkan bahwa kondisi variabel produk, harga, distribusi, promosi dan keputusan pembelian termasuk dalam katagori baik, sedangkan variabel kepuasan pelanggan termasuk dalam katagori cukup baik. Secara berturut turut pengaruh variabel produk, harga,

distribusi dan promosi terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 25,95%, 21,37%, 19,02% dan 18,36%. Pengaruh simultan dari variabel produk harga, distribusi, dan promosi terhadap variabel keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 87,60%.

Dari beberapa penelitian sebelumnya, minat beli konsumen sangat tergantung pada kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan itu sendiri sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor termasuk kualitas produk dan distribusi. Faktor-faktor tersebut memberi pengaruh pada beberapa produk tertentu. Tetapi penelitian sebelumnya belum ada yang meneliti pengaruh kualitas produk dan distribusi pada produk Sirup cap mawar. Oleh karena itu, Penulis ingin melakukan penelitian terkait kualitas produk dan distribusi serta pengaruhnya terhadap minat beli dengan judul “*Pengaruh kualitas produk dan distribusi terhadap minat beli konsumen pada Sirup cap mawar*”. Penulis melihat bahwa, masyarakat cenderung lebih memilih membeli produk-produk dari merek lain, di bandingkan dengan Sirup cap mawar. Tentu ini memiliki alasan mengapa mengapa mereka lebih memilih “ Produk luar “ dibandingkan dengan “ Produk lokal “. Penulis menduga salah satu alasannya adalah masalah kualitas produk dan sistem distribusinya.

## **Kajian Pustaka**

### **Pengertian kualitas produk**

kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan,

kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Kotler & Garry Amstrong 2001:2004).

Kualitas produk adalah produk yang sesuai dengan di isyaratkan dan distandarkan. Suatu produk memiliki standar atau kualitas yang telah ditentukan ( Nasution 2004:19).

Sedangkan menurut pendapat ( Goetsch & Davis 2002:4) menjelaskan kualitas produk sesuatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan barang, jasa, manusia, produk dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

### **Pengertian Distribusi**

Menurut Budi Rahayu (2014:111). Secara garis besar, pendistribusian dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produser kepada konsumen, sehingga penggunaanya sesuai dengan yang diperlukan ( jenis, jumlah, harga, tempat dan tempat ). Sedangkan menurut Sofjan Assauri (2004:83), distribusi adalah suatu lembaga yang memasarkan produk, yang berupa barang atau jasa dari produser ke konsumen.

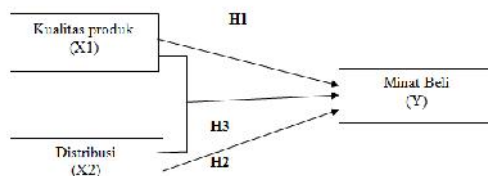
Menurut Hall (2001). Distribusi adalah kegiatan untuk mengirimkan produk ke pelanggan setelah penjualan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa prosedur pendistribusian adalah suatu tahapan atau rangkaian aktivitas yang dilakukan secara berulang yang berhubungan dengan pemasaran produk.

## Pengertian Minat beli

Pengertian minat beli menurut Howard yang dikutip oleh Durianto dan Liana (2004;228) adalah “Minat beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada priode tertentu”

Minat adalah dorongan untuk memotivasi seseorang melakukan tindakan. Menurut Kotler dan Susanto (2002), Minat beli adalah rangsangan internal yang kuat untuk memotivasi tindakan, dimana dorongan ini dipengaruhi oleh stimulus dan perasan positif akan produk. Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2007), Minat beli merupakan aktivitas psikis yang timbul karna adanya perasan dan pikiran terhadap suatu barang dan jasa yang diinginkan.

## Kerangka konseptual



## Hipotesis

- H1: Kualitas Produk diduga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.
- H2: Distribusi diduga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.
- H3: Kualitas produk ,distribusi, diduga berpengaruh positif signifikan secara bersamaan terhadap minat beli.

## METODE PENELITIAN

### Lokasi objek penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan di Sirup cap mawar jalan Moen Ungkot Desa Keude Matang, Kec Peusangan, Kab Bireuen. Adapun objek dalam penelitian ini adalah produk sirup cap mawar.

### populasi dan sampel

Jumlah Populasi yang diambil untuk menentukan sampel adalah masyarakat yang mengkonsumsi Sirup cap mawar dari beberapa Desa di Kec Peusangan, Kab Bireuen adalah 120 orang.

Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus slovin dari umar dalam (kriyanto, 2012). Yang mengatakan bahwa batas kesalahan yang ditolerin dalam sebuah penelitian memakai tingkat kesalahan yang ada.

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel / responden

N :Jumlah populasi

e : Error / batas kesalahan, sebesar 10% atau 0,10

Dengan jumlah populasi sebanyak 120 orang, Maka didapatkan sampel menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.

$$n = 120 / 1+120 (0.10)^2$$

$$n = 120/2.2$$

$$n = 54,54$$

Maka dapat disimpulkan bahwa jumlah sampel dari 120 populasi adalah sebanyak 55 orang

## **Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013:13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.

Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2011:137), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari setting-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (natural setting) survey atau lain-lain. Bila dilihat dari sumber data, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sekunder. Selanjutnya bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara, kuesioner, observasi, dan gabungan ketiganya. Sedangkan menurut Sutopo (1988) teknik pengumpulan data dikelompokkan kedalam dua cara pokok yaitu metode interaktif yang meliputi observasi dan wawancara dan yang non interaktif yang meliputi dokumentasi. Pengumpulan data bertujuan untuk mendapatkan data yang berkaitan dengan penelitian.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **1. Observasi**

teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila peneliti berkenan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam bila responden yang diamati tidak terlalu banyak, dalam penelitian ini penulis

melakukan observasi langsung pada sirup cap mawar.

### **2. Kuesioner**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan, atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. tipe pertanyaan dalam penelitian ini adalah tertutup yaitu pertanyaan yang mengharapkan jawaban singkat atau mengharapkan responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang telah di sediakan.

### **3. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mengkaji, serta mempelajari buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi, dan lain-lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Menurut sugiyono (2011) terdapat tiga kriteria yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian, yaitu relevansi, kemutakhiran, dan keaslian.

Relevansi berarti teori yang dikemukakan sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Kemutakhiran berarti terkait dengan kebaruan teori atau referensi yang digunakan. Keaslian terkait dengan keaslian sumber penelitian

## **HASIL PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **1. Uji Validitas**

Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas

digunakan korelasi product moment pearson. Untuk nilai kritis dalam penelitian ini adalah 0,22 (n=55). Jika korelasi product moment pearson antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menghasilkan nilai r hitung > 0,22 maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai r hitung < 0,22 maka item pertanyaan disimpulkan tidak valid dalam membentuk variabel.

### Uji Reliabilitas

Untuk menilai kehandalan kuesioner yang digunakan, maka dalam penelitian ini menggunakan uji reliabilitas. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai cronbach alpha. Jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60 maka kuesioner dikatakan reliabel. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS.

Tingkat reliabilitas dari tanggapan responden terhadap kuesioner yang dibagikan kepada responden yaitu: untuk variabel Kualitas produk ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,631 > 0,60, *Distribusi* ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0,247 > 0,60, dan variabel Minat beli (Y) yaitu sebesar 0,547 > 0,60. Dengan demikian hasil uji reliabilitas untuk semua variabel adalah Reliabel

### Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Sebagaimana telah dirumuskan pada bab sebelumnya, pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan Kolmogrov-Smirnov (KS Test). Apabila hasil pengujian dijumpai nilai Sig > 0,05 bermakna data-data yang diuji dalam penelitian ini terdistribusi

normal. Sebaliknya apabila nilai Sig < 0,05 bermakna data tidak terdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas sebagaimana dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Dari hasil pengujian sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 4.11 Kolmogrov-Sminov sebesar .159 dengan nilai Sig 0,801 > 0,05. Dari hasil pengujian ini menunjukkan semua variabel mempunyai nilai Sig pada pengujian dua sisi lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data-data yang digunakan dalam variabel penelitian terdistribusi normal. Normalitas data juga dapat dilihat pada grafik histogram yang ditampilkan pada bagian lampiran penelitian.

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini menggunakan nilai *tolerance* dan VIF (*Varian Inflation Factor*). Jika nilai *tolerance* < 0,1 dan nilai VIF > 5, maka disimpulkan terjadi multikolinieritas atau sebaliknya jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 5, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

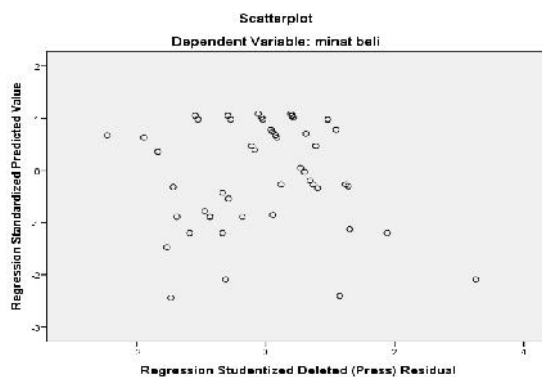
Hasil analisis yang disajikan dalam Tabel 4.12 di atas, maka dapat dijelaskan bahwa 2 variabel bebas memiliki nilai Tolerance > 0,1, Kualitas produk ( $X_1$ ) 0,999, dan *Distribusi* ( $X_2$ ) 0,999, dan 2 variabel bebas memiliki nilai VIF < 5 Kualitas produk ( $X_1$ ) 1.011, dan *Distribusi* ( $X_2$ ) 1.011. Hasil ini menandakan bahwa model regresi yang dihasilkan tidak terjadi multikolinieritas dan baik untuk digunakan.

#### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji ini muncul apabila nilai kesalahan atau residual dari model yang dianalisis tidak memiliki *varian* yang konstan dari suatu

observasi. Konsekuensi adanya heterokedastisitas dalam model regresi adalah *estimator*. Grafik *scatter plot* dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatter plot*. Jika variabel bebas signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat, maka ada indikasi terjadi heterokedastisitas. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada Gambar sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**



Berdasarkan Gambar 4.1 di atas, terlihat hasil pengujian heterokedastisitas mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan distribusi terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar, tidak ada pola yang jelas, serta titik titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka hasil penelitian dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

**Analisis Data**

Teknik analisis data mengenai Pengaruh Kualitas produk dan Distribusi terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar yang dirumuskan dalam fungsi regresi

linear berganda. Hasil uji regresi linear berganda seperti berikut:

**Tabel 4.13**

Model		Unstandardized Coefficients		t-tabel	t <sub>hitung</sub>	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.609	4.690	1,674	983	.330
	Kualitas Produk (X1)	.037	.019	1,674	1.994	.051
	Distribusi (X2)	.016	.013	1,674	1.997	.237
R		= 0,312 = 31,2%				F <sub>hitung</sub> = 2.794
R Square		= 0,097 = 09,7%				F <sub>tabel</sub> = 3,18
Adjusted R Square		= 0,062 = 06,2%				Sig F = 0,070

Sumber data diolah 2021

Berdasarkan Tabel di atas, maka diketahui persamaan regresi linear berganda yaitu sebagai berikut:

$$Y = 4.609 + 037 X_1 + 016 X_2 + e$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Nilai konstan sebesar 4.609, dengan ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara variabel bebas (Kualitas produk dan *Distribusi*) dengan variabel terikat (Minat beli), artinya apabila variabel bebas ditingkatkan maka akan diikuti oleh peningkatan pada variabel terikat.
- 2) Koefisien Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) sebesar 037, artinya jika nilai Kualitas Produk meningkat 03,7%, maka nilai dari minat beli konsumen pada sirup cap mawar meningkat sebesar 03,7 %
- 3) Koefisien *Distribusi* (X<sub>2</sub>) sebesar 016, artinya jika nilai *Distribusi* meningkat 1%, maka nilai dari minat beli konsumen pada sirup cap mawar meningkat sebesar 01,6%



## Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linear antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain, analisis korelasi tidak membedakan antara variabel *dependen* dengan variabel *independen*.

Berdasarkan hasil penelitian, koefisien korelasi (R) sebesar 0,312 (31,2%) artinya Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi mempunyai hubungan yang kuat terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar. Koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 0,062 (06,2%) artinya Pengaruh Kualitas Produk dan Distribusi memiliki kemampuan dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap Minat beli konsumen pada sirup cap mawar sebesar 06,2%.

## Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji simultan (uji F) dan dan uji parsial (uji t) gunanya yaitu untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara parsial maupun secara simultan. Untuk pengujian hipotesis, penulis menggunakan analisis regresi berganda.

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan tingkat

keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (uji-t) mengenai Pengaruh kualitas produk dan *Distribusi* Terhadap minat beli konsumen padasirup cap mawar diperoleh hasil uji hipotesis sebagai berikut:

- 1) Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,994 dengan tingkat signifikan sebesar 0,051 dan diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar, dengan demikian H1 diterima.
- 2) Variabel *distribusi* ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,997 tingkat signifikan sebesar 0,237 dan diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya *distribusi* berpengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada sirup cap mawar, dengan demikian H2 diterima.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5%. Untuk menguji signifikansi hubungan variabel independen dengan variabel dependen secara simultan, maka digunakan uji F.

- 1) Hasil uji F dalam penelitian ini diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 2.794 dengan tingkat signifikan sebesar 0,070. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  dengan tingkat signifikan 5% dan  $df = n-k-1$  ( $55 - 2 - 1 = 52$ ) diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,18 Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  artinya secara simultan kualitas produk dan distribusi

berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar, dengan demikian H3 diterima

### **Pembahasan hasil penelitian Pengaruh kualitas produk Terhadap minat beli**

Berdasarkan karakteristik responden mengenai kualitas produk ( $X_1$ ), maka disimpulkan bahwa jumlah jawaban responden tidak setuju lebih dominan pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ), yaitu pada butir pernyataan nomor satu sebanyak 22 orang (40,0%), butir pernyataan nomor dua sebanyak 22 orang (40,0%). butir pernyataan nomor tiga sebanyak 28 orang (50,9%), butir pernyataan nomor empat sebanyak 22 orang (40,0%), butir pernyataan nomor lima sebanyak 28 orang (50,9%).

Dengan jumlah responden terbanyak berusia 41-50 tahun sebanyak 24 responden atau 43,6%. Responden terbanyak berjenis kelamin pria sebanyak 35 responden atau 63,6%. Responden terbanyak pada tingkat pendidikan yaitu pada tingkat pendidikan Sma /sederajat sebanyak 37 responden atau 67,3%.

Pengujian secara parsial, Variabel kualitas produk ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,994 dengan tingkat signifikan sebesar 0,051 dan diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Dengan demikian pengujian secara parsial yang telah diuji dapat dijelaskan simultan  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya pengaruh kualitas produk signifikan terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar. Berpengaruhnya kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar menunjukkan bahwa variabel di atas

tersebut saling berkaitan dalam mempengaruhi minat beli.

### **Pengaruh *Distribusi* Terhadap minat beli konsumen**

Berdasarkan karakteristik responden mengenai *distribusi* ( $X_2$ ), maka disimpulkan bahwa jawaban responden bahwa jumlah jawaban responden tidak setuju lebih dominan pada variabel *Distribusi* ( $X_2$ ), yaitu pada butir pernyataan nomor satu sebanyak 27 orang (49,1%), butir pernyataan nomor dua sebanyak 29 orang (52,7%), butir pernyataan nomor tiga sebanyak 25 orang (45,5%), butir pernyataan nomor empat sebanyak 22 orang (40,0%), butir pernyataan nomor lima 28 Orang ( 50,9%).

Dengan jumlah responden terbanyak berusia 41-50 tahun sebanyak 24 responden atau 43,6%. Responden terbanyak berjenis kelamin pria sebanyak 35 responden atau 63,6%. Responden terbanyak pada tingkat pendidikan yaitu pada tingkat pendidikan Sma /sederajat sebanyak 37 responden atau 67,3%.

Pengujian secara parsial yang telah diuji dapat dijelaskan bahwa Variabel *Distribusi* ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,997 tingkat signifikan sebesar 0,237 dan diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya *Distribusi* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar.

### **Kesimpulan**

Dari data yang didapatkan dan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini maka yang dapat disimpulkan adalah :

1. Hasil Uji-t untuk variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,994

dengan tingkat signifikan sebesar 0,051 dan diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis satu (H1) diterima.

Jadi kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli, jika kualitas produknya kurang bagus. Dalam hal kurangnya minat beli masyarakat terhadap sirup cap mawar dapat disimpulkan bahwa kualitas dari sirup terlihat masih rendah, dengan kata lain, masyarakat lebih memilih untuk membeli sirup merek lain dibandingkan dengan sirup cap mawar dikarenakan kualitas sirup merek lain jauh lebih baik.

2. Hasil uji-t untuk variabel *distribusi* ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 1,997 tingkat signifikan sebesar 0,087 dan diketahui  $t_{tabel}$  sebesar 1,674. Dengan demikian  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya *Distribusi* mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dua (H2) diterima.

Jadi distribusi berpengaruh terhadap minat beli, jika distribusi yang dilakukan di beberapa daerah saja maka minat beli konsumen juga akan terbatas. Terkait dengan saluran distribusi dapat disimpulkan bahwa distribusi yang dilakukan masih sangat terbatas, hal ini dapat dilihat dari ketersediaan sirup yang hanya di beberapa daerah saja, bahkan sirup cap mawar belum dikenal oleh sebagian masyarakat.

3. Hasil uji F dalam penelitian ini diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 4.609 dengan

tingkat signifikan sebesar 0,330. Sedangkan nilai  $F_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% dan  $df = n-k-1$  ( $55 - 2 - 1 = 52$ ) diperoleh nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,18 Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  artinya kualitas produk dan distribusi secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada sirup cap mawar. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis tiga (H3) diterima.

Jadi kurangnya minat beli pada sirup disebabkan oleh kualitas produk yang masih rendah sehingga membuat masyarakat memilih sirup lain, dan distribusi yang dilakukan masih sangat terbatas di beberapa daerah saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler, 1999. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Eduisi Delapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Armstrong, Gery dan Philip Kotler. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1. Edisi. Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Assauri, Sofjan. 2009. Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi. Edisi Pertama. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Imam Heryanto (2015) dengan judul *Analisis pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan*
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1., Erlangga, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.