

**PENGARUH MUTU, HARGA DAN KEMASAN TERHADAP  
MINAT BELI KRIPIK BAYAM ELMA DI KECAMATAN IV JURAI  
KABUPATEN PESISIR SELATAN**

Oleh

<sup>1</sup>Sri Amizah, <sup>2</sup>Yulna Dewita Hia, <sup>3</sup>Mareta Kemala Sari

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat

<sup>2</sup>Dosen STKIP PGRI Sumatera Barat

<sup>3</sup>Dosen STKIP PGRI Sumatera Barat

ABSTRACT

*Issues that are examined in this study was the effect of the quality , price and packaging on buying interest spinach chips Elma Dikecamatan South Coastal District IV Jurai . The purpose of this study was to analyze the effect of quality ( X1 ) , price ( X2 ) , packaging ( X3) on buying interest spinach chips Elma Dikecamatan South Coastal District IV Jurai .This research is descriptive and associative data analysis technique used is descriptive analysis techniques , the classical assumption test and multiple linear analysis . This research was conducted in Elma Chips Spinach district. District IV Jurai . South coast . The population of this entire community and surrounding Painan interested in buying Spinach Elma Chips . The sampling technique used convinien sampling . Samples in thisstudy amounted to 100 consumers .Overall results showed that ( 1 ) a significant effect on the quality level of interest in buying the quality coefficient is positive 0.083 and 1.711 tcount with significant  $0.000 < 0.05$  ; ( 2 ) a significant effect on the price of buying interest at the price coefficient is positive 0.066 and 2.434 tcount with significant  $0.000 < 0.05$  ; ( 3 ) packaging significantly influence the buying interest kemsan coefficient is positive 0.250 and 3.571 tcount significantly  $0.001 < 0.05$  ; based on the results of the ANOVA F test count of 4,606 with a significant level of 0.000 . Due to the significant level of  $0.000 < 0.05$  . As for the suggestion that the writer can convey to future studies is recommended to add other independent variables in addition to the quality , price and packaging which can certainly affect the dependent variable of interest in order to better equip consumers purchase this research because there are other independent variables in this study is outside the may affect consumer buying interest and look for the scope of the wider population of the population in this study .*

*Keywords : quality , price , packaging and buying interest*

**ABSTRAK**

Pokok persoalan yang dikaji dalam penelitian ini adalah pengaruh mutu, harga dan kemasan terhadap minat beli kripik bayam Elma Dikecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh mutu (X1), harga (X2), kemasan(X3) terhadap minat beli kripik bayam Elma Dikecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan. Jenis penelitian ini adalah deskriptif *asosiatif* dan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis linear berganda. Penelitian ini dilakukan di Kripik Bayam Elma Kec. IV Jurai Kab. Pesisir Selatan. Populasi dalam penelitian ini seluruh masyarakat di Painan dan sekitarnya yang berminat membeli Kripik Bayam Elma. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *convinien sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang

konsumen. Hasil penelitian menunjukkan secara keseluruhan bahwa (1) tingkat mutu berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien mutu bernilai positif 0,083 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,711 dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ ; (2) harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien harga bernilai positif 0,066 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,434 dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ ; (3) kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien kemasan bernilai positif 0,250 dan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,571 dengan signifikan  $0,001 < 0,05$ ; berdasarkan hasil uji ANOVA  $F_{hitung}$  sebesar 4,606 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$ . Adapun saran yang dapat penulis sampaikan untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel *independent* lainnya selain mutu, harga dan kemasan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel *dependent* minat beli konsumen agar lebih melengkapi penelitian ini karena masih ada variabel-variabel *independent* lain di luar penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi minat beli konsumen dan mencari ruang lingkup populasi yang lebih luas dari populasi dalam penelitian ini.

Kata Kunci : mutu, harga, kemasan dan minat beli

## PENDAHULUAN

Perusahaan Industri Rumah Tangga (P-IRT) merupakan sektor yang mempunyai peranan yang sangat penting untuk mendukung pertumbuhan perekonomian masyarakat atau keluarga serta dapat menyerap tenaga kerja. Diera globalisasi ini sudah banyak perkembangan dan industri yang kita temukan menurut UU No. 5 tahun 1984 tentang perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang dan perbekalan industri.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan persaingan antar produk yang semakin keras di era globalisasi seperti sekarang ini, dimana setiap perusahaan baik usaha kecil maupun menengah harus menerapkan strategi penjualan untuk meningkatkan produk unggulan agar dapat merebut pangsa pasar yang luas. Mulai dari sinilah kemasan dianggap penting oleh UKM Keripik Bayam sebagai bagian yang dapat menunjang pemasaran. Keripik Bayam sebagai UKM, telah melakukan suatu inovasi terbaru dalam hal pengemasan yaitu mendesain kemasan produk yang dihasilkan semenarik mungkin. Walaupun harga produk yang dihasilkan oleh UKM Keripik Bayam terbilang murah, hanya dalam hal ini Keripik Bayam mampu mengemas produknya dengan kemasan yang bisa dibilang telah memenuhi standar.

Beberapa lembaga atau instansi bahkan UU memberikan definisi Usaha Kecil Menengah (UKM), diantaranya adalah Kementrian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Menekop dan UKM), Badan Pusat Statistik (BPS), Keputusan Menteri Keuangan No 316/KMK.016/1994 tanggal 27 Juni 1994, dan UU No. 20 Tahun 2008.

Minat beli adalah sikap dalam diri konsumen didasari oleh beberapa faktor yang saling berkaitan antara yang satu dengan yang lainnya, munculnya keinginan seseorang untuk membeli produk terdiri dari proses sebagai berikut adanya prakarsa dari orang lain, adanya orang yang memberi pengaruh, proses pengambilan keputusan, adanya kemampuan untuk membeli dan proses pembeli Simamosra Hery (2002) minat beli seseorang konsumen terhadap suatu produk juga dipengaruhi oleh beberapa faktor yang meliputi : Mutu atau Kualitas, Harga, Desain Produk, Distribusi.

Mutu menurut Nursya'bani Purnama (2006:9) adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau layanan menyangkut kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten. Empat tugas Manajemen Mutu yang hanya dapat dilaksanakan oleh seorang manajer operasi yang

memiliki minat yang kuat didalam keempat tugas tersebut dan bertanggung jawab langsung pada salah satunya,tugas itu adalah spesifikasi produk baru, perbaikan produk, perbaikan proses,dan inspeksi (Harding ).

Menurut Kotler dan Keller (2009:114) harga adalah sejumlah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk.Biasanya harga dihitung dalam nilai uang.Menetapkan harga sembarangan mudah, yang tidak mudah adalah menetapkan berapa harga yang tepat yaitu tidak terlalu murah dan tidak terlalu mahal dimata konsumen dan masih memberikan keuntungan bagi perusahaan dan tidak menjadi kelemahan perusahaan dimata pesaing.

Menurut Boyd Harper W (2000:277) Kemasan merupakan hal pertama yang dihadapi pembeli yang menyangkut tentang produk dan mampu mengubah konsumen di dalam mengambil keputusan apakah akan membeli atau tidak akan melakukan pembelian. Kemasan dapat dikatakan sebagai senjata pemberian gaya, khusus pada kemasan makanan, kosmetik, perlengkapan mandi dan peralatan-paralatan yang lain yang di konsumsi konsumen.

**Tabel 1**  
**Data Penjualan Kripik Bayam Elma Di Kecamatan IV Jurai**

Tahun	Tingkat penjualan (Rp)	Bungkus
2007	25.000.000	5000
2008	28.000.000	5600
2009	30.000.000	6000
2010	34.000.000	6800
2011	36.000.000	7200
2012	40.000.000	8000

*Sumber : data penjualan kripik bayam Elma pertahun*

Dengan melihat tabel 1 dapat diketahui perkembangan penjualan setiap tahunnya selalu meningkat. Hal ini terjadi tidak lepas dari faktor-faktor produksi yang ada diperusahaan dialokasikan dengan optimal.

**Tabel 2**  
**Data Penjualan Kripik Bayam Elma Di Kecamatan IV Jurai**

Perbulan pada tahun 2010	Tingkat Penjualan(Rp)	Bungkus
Januari	2.000.000	400
Februari	2.100.000	420
Maret	2.300.000	460
April	2.400.000	480
Mei	2.500.000	500
Juni	2.700.000	540
Juli	3.000.000	600

*Sumber : data penjualan kripik bayam Elma perbulan*

Bila dilihat dari tabel 2 maka kita dapat mengetahui seberapa besar penjualan di marketing yang dapat dilakukan Elma di kecamatan IV jurai selalu meningkat. Perilaku pembelian seseorang dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap objek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari beberapa segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Terdapat banyak faktor yang berpengaruh terhadap minat belikonsumen. Oleh karena itu UKM Kripik Bayam perlu memahami perilaku konsumen terhadap mutu, harga dan kemasan produk yang ada

dipasar, selanjutnya perlu dilakukan berbagai cara untuk membuat konsumen tertarik terhadap produk yang dihasilkan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk membahasnya dan mengangkat permasalahan dengan menarik judul “ Pengaruh Mutu, Harga Dan Kemasan Terhadap Minat Beli Kripik Bayam Elma Di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan”.

## METODOLOGI PENELITIAN

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah mengenei pengaruh mutu, harga dan kemasan terhadap minat beli kripik bayam Elma di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan. Penelitian yang penulis lakukan ini merupakan penelitian deskriptif asosiatif. Menurut Arikunto (2010:29) bahwa “penelitian deskriptif asosiatif merupakan penelitian untuk memberikan uraian mengenai fenomena atau gejala sosial yang diteliti dengan mendeskripsikan tentang nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih, berdasarkan indikator – indikator dari tang diteliti guna untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih, atau pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat”.

Penelitian ini dilakukan pada Elma Snack Di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan. Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan yaitu pada Desember 2013. Target atau sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pelanggan di Painan dan sekitarnya yang mengkonsumsi Kripik bayam. Subjek penelitian ini adalah konsumen pelanggan di Painan dan sekitarnya yang mengkonsumsi Kripik bayam sebanyak 100 orang. Adapun prosedur dalam penelitian ini adalah observasi dan angket. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yang disebarakan pada konsumen pelanggan di Painan dan sekitarnya yang mengkonsumsi Kripik bayam yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Penyusunan angket atau kuesioner berpedoman kepada skala likert yang berguna untuk menyatakan besar persetujuan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan dengan beberapa alternatif jawaban deskriptif dan analisis regresi linear berganada.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganada.

**Tabel 3**  
**Variabel Penelitian**

<b>Variabel penelitian</b>	<b>Indikator</b>	<b>Sumber</b>
Minat beli (Y)	1. Transaksional 2. Refrensial 3. Preferensial 4. Ekloratif	Ferdinand, 2002
Mutu (X <sub>1</sub> )	1. Bahan baku yang digunakan 2. Proses pembuatan 3. Cara pengangkutan dan pembungkusan 4. Perkembangan teknologi dan cara pelayanan	Suyadi, Manajemen Mutu Terpadu. PT. Bumi Aksara, 2004
Harga (X <sub>2</sub> )	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. 3. Daya saing Harga.	Kotler dan Amstrong (2001); Stanton (1998) dalam Lembang (2010)
Kemasan (X <sub>3</sub> )	1. Gambar 2. Simbol 3. Kata-kata	Hasan Ali, 2009. Marketing. PT. Bumi Jaya. Yogyakarta.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **a. Karakteristik Responden**

#### **1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang menunjukkan bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pria dan wanita dengan jumlah masing-masing sebanyak 46 orang atau 46% untuk wanita dan 54 orang atau 54% untuk pria. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang membeli langsung pada ELMA SNACK adalah terdiri jenis kelamin pria dan wanita.

#### **2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

Karakteristik responden berdasarkan umur, bahwa sebagian besar umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah 31-45 tahun yakni sebanyak 45 orang atau 45%, kemudian disusul yang berumur diantara 21 – 30 tahun yakni sebanyak 31 orang atau 31%, sedangkan untuk yang berumur diantara 41-50 sebanyak 15 orang atau 15%, yang terakhir adalah yang berumur diantara 51-60 sebanyak 9 orang atau 9%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang terdiri dari pria dan wanita yang membeli langsung kripik bayam di Kenagarian Painan Utara Jalan Nusantara Rawang Painan rata-rata berumur di antara 31-40 tahun.

#### **3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, bahwa sebagian besar pekerjaan responden dalam penelitian ini adalah wiraswasta yakni sebanyak 32 orang atau sebesar 32%, kemudian disusul oleh responden yang mempunyai pekerjaan sebagai PNS sebanyak 22 orang atau 22%, selanjutnya responden yang mempunyai pekerjaan sebagai RT (rumah tangga) sebanyak 20 orang atau 20%, berikutnya responden yang mempunyai pekerjaan sebagai pedagang sebanyak 19 orang atau 19% dan yang terakhir adalah responden yang mempunyai pekerjaan lainnya yakni sebanyak 7 orang atau 7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang membeli kripik bayam di Kenagarian Painan Utara Jalan Nusantara Rawang Painan rata-rata bekerja sebagai wiraswasta.

#### **4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat tinggal**

Karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal, bahwa sebagian besar tempat tinggal responden dalam penelitian ini adalah milik sendiri yakni sebanyak 37 orang atau sebesar 37%, kemudian disusul oleh responden yang mempunyai tempat tinggal kontrak sebanyak 25 orang atau 25%, selanjutnya responden yang mempunyai tempat tinggal lainnya sebanyak 18 orang atau 18%, berikutnya responden yang mempunyai tempat tinggal orang tua sebanyak 13 orang atau 13% dan yang terakhir adalah responden yang mempunyai tempat tinggal kos sebanyak 7 orang atau sebesar 7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang membeli kripik bayam di Kenagarian Painan Utara Jalan Nusantara Rawang Painan rata-rata mempunyai tempat tinggal milik sendiri.

#### **5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan, nampak bahwa sebagian besar pendapatan responden dalam penelitian ini adalah diantara Rp.300.000 – Rp. 600.000 sebanyak 27 orang atau 27%, kemudian disusul oleh responden yang mempunyai pendapatan antara Rp. 900.000 – Rp.1.500.000 yakni sebanyak 26 orang atau 26%, selanjutnya responden yang mempunyai pendapatan antara Rp. 600.000 – Rp. 900.000 dan Rp.1.500.000 yakni sama – sama sebanyak 23 orang atau 23%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang membeli kripik bayam di Kenagarian Painan Utara

Jalan Nusantara Rawang Painan rata-rata mempunyai pendapatan di antara Rp.300.000 – Rp. 600.000.

### b. Analisis Deskriptif

Berdasarkan data yang diperoleh, tingkat pencapaian responden secara keseluruhan pada variabel mutu yang dimiliki kripik bayam elma dikecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan secara umum tergolong baik dengan TCR 81,95% dan rata-rata 4,07%.

Kemudian data yang diperoleh, tingkat pencapaian responden secara keseluruhan pada variabel a harga yang dimiliki kripik bayam elma dikecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan secara umum tergolong baik dengan TCR 84,8% dan rata-rata 4,24%.

Dan data yang diperoleh, tingkat pencapaian responden secara keseluruhan pada variabel kemasan yang dimiliki kripik bayam elma dikecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan secara umum tergolong sangat baik dengan TCR 94,4 % dan rata-rata 4,08%.

Selanjutnya secara keseluruhan minat beli yang dimiliki kripik bayam elma dikecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan secara umum tergolong baik dengan TCR 80,3% dan rata-rata 4,01%.

### c. Asumsi Klasik

#### 1. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan pengujian normalitas berdasarkan koefisien keruncingan (Kurtosis) dan koefisien kemiringan (skewness). Dimana uji ini dilakukan dengan membandingkan statistik Jarque-Bera (JB) dengan nilai  $\chi^2$  tabel.

$$JB = N \left[ \frac{S^2}{6} + \frac{(K - 3)^2}{24} \right]$$

$$JB = 100 \left[ \frac{0,476^2}{6} + \frac{(-0,266 - 3)^2}{24} \right] = 48,183$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh nilai statistik Jerque-Bera sebesar 48,183, sedangkan nilai  $\chi^2$  tabel dengan nilai df; 0,05 adalah 119,871. Karena nilai statistik Jeque-Bera (JB) (48,183) < nilai  $\chi^2$  tabel (119,871). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal.

#### 2. Uji multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat apakah pad model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Dalam penelitian ini pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *fariancedan inflation factor* (VIF) dan *tolerance value* (TOL). Dimana model regresi yang dikatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* mendekati 1.

**Tabel 4**  
**Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity statistic		Keterangan
	TOL	VIF	
Mutu (X1)	0,612	1,634	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga (X2)	0,917	1,090	Tidak terjadi multikolinearitas
Kemasan (X3)	0,653	1,531	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: pengolahan Data Primer, 2014

Ketiga variabel bebas (independen) mutu, harga dan kemasan telah memiliki nilai tolerance mendekati 1 dan memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian ketiga

variabel bebas tersebut telah memenuhi persyaratan asumsi klasik dan dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain atau untuk melihat penyebaran data (Umar, 2011:179). Cara yang dibebaskan (independen) digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan metode gletser residualnya, jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residual maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas (Suliyanto, 2011:98). Untuk melihat hasil heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5**  
Uji heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.444	1.484		.973	.333
Mutu	.048	.043	.141	1.115	.268
Harga	-.177	.096	-.192	-1.852	.067
Kemasan	.029	.050	.072	.590	.556

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber: pengolahan data primer, 2014

Berdasarkan hasil analisis diatas Gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpa (Sig > 0,05) maka dipastikan metode tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### 4. Uji autokorelasi

Autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan Uji Statistik *Durbin Watson (DW)*. Oleh karena itu Nilai DW 2,544 lebih besar dari batas atas (du) 1,736 dan kurang dari 4-1,736 (4-du), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negative. Jadi, dapat dikatakan tidak terdapat autokorelasi. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa data tersebut layak untuk diuji lebih lanjut.

#### d. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh antara mutu, harga dan kemasan terhadap minat beli kripik bayam elma di kecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan. persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$  Sehingga persamaan regresi linear berganda untuk kepuasan masyarakat sebagai berikut  $Y = 12.126 + 0.083X_1 + 0.66X_2 + 0.250X_3$ .

Dari persamaan diatas, dapat dijelaskan bahwa besarnya pengaruh dari mutu kripik bayam terhadap minat beli konsumen sebesar 0.083. Artinya jika mutu meningkatkan sebesar 1 satuan, maka minat beli konsumen akan meningkat sebesar 0.083 satuan. Namun apabila nilai variabel mutu bernilai 0 (nol) atau tidak mengalami perubahan atau tetap, maka minat beli konsumen bernilai konstanta (a) yaitu sebesar 12.126. Hal ini

berarti minat beli konsumen terhadap kripik bayam cukup baik karena memiliki nilai yang positif.

Selanjutnya, variabel harga kripik bayam terhadap minat beli konsumen sebesar 0.066. Artinya jika keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas dan produk daya saing harga meningkatkan sebesar 1 satuannya, maka minat beli konsumen akan meningkat sebesar 0.066 satuan. Namun apabila nilai variabel harga bernilai 0 (nol) atau tidak mengalami perubahan atau tetap, maka minat beli konsumen bernilai konstanta (a) yaitu sebesar 12.126. Hal ini berarti minat beli konsumen terhadap kripik bayam cukup baik karena memiliki nilai yang positif.

Sedangkan untuk variabel kemasan kripik bayam terhadap minat beli konsumen sebesar 0.250. Artinya jika gambar, simbol, dan kata-kata meningkatkan sebesar 1 satuan, maka minat beli konsumen akan meningkat sebesar 0.250 satuan. Namun apabila nilai variabel kemasan bernilai 0 (nol) atau tidak mengalami perubahan atau tetap, maka minat beli konsumen bernilai konstanta (a) yaitu sebesar 12.126. Hal ini berarti minat beli konsumen terhadap kripik bayam cukup baik karena memiliki nilai yang positif.

### 1. Koefisien Determinasi (R)

Nilai koefisien determinasi adalah sebesar 0,825 atau sama dengan 8,25%. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa dari minat beli konsumen pada kripik bayam Elma di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan dapat dijelaskan oleh mutu, harga dan kemasan sebesar 8,25%, sedangkan sisanya 17,5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### e. Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing (parsial) variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 6**

**Uji t**

Model	Standardized Coefficients	T	Sig.
1 (Constant)	12.126	5.060	.000
MUTU	.083	1.711	.000
HARGA	.066	2.434	.000
KEMASAN	.250	3.571	.001

**Sumber: Data Pengolahan SPSS 2014**

Berdasarkan hasil pengujian parsial mengenai pengaruh masing-masing variabel mutu, harga dan kemasan yang memengaruhi minat beli terhadap pembelian kripik bayam Elma di Kenagarian Painan Utara Jalan Nusantara Rawang Painan, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

#### 1) Variabel mutu ( $X_1$ )

Variabel mutu berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian kripik bayam Elma di Kenagarian Painan Utara Jalan Nusantara Rawang Painan dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% di mana memiliki nilai  $t_{hitung} (1,711) > t_{tabel}(1,660)$  dan memiliki nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ , hal ini berarti bahwa variabel mutu memengaruhi minat konsumen dalam pembelian kripik bayam.

#### 2) Variabel harga ( $X_2$ )

Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian kripik bayam dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% di mana memiliki nilai  $t_{hitung}$  (2,434) >  $t_{tabel}$  (1,660) dan memiliki nilai probabilitas  $0,000 < 0,05$ , hal ini berarti bahwa variabel harga memengaruhi minat konsumen dalam pembelian kripik bayam.

3) Variabel kemasan ( $X_3$ )

Variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dalam pembelian kripik bayam dengan uji statistik melalui uji t dengan taraf nyata 5% di mana memiliki nilai  $t_{hitung}$  (3,571) dan memiliki nilai probabilitas  $0,001 < 0,05$ , hal ini berarti bahwa variabel kemasan memengaruhi minat konsumen dalam pembelian kripik bayam.

Sedangkan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli konsumen dalam pembelian kripik bayam adalah kemasan, hal ini disebabkan karena memiliki nilai  $t_{hitung}$  yang terbesar, dan memiliki nilai probabilitas yang terkecil, dimana semakin kecil nilai probabilitas maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap minat beli konsumen dalam pembelian kripik bayam.

## b. Uji F

**Tabel 7**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	49.784	3	16.595	4.606	.005 <sup>a</sup>
	Residual	345.856	96	3.603		
	Total	395.640	99			

**Sumber: Data Pengolahan SPSS 2013**

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 4.606 dan  $F_{tabel}$  dapat diperoleh berdasarkan besarnya ( ) dan df dimana besarnya ditentukan oleh numerator (k-1) dan df untuk dominator (n-k), pada tingkat kesalahan = 5%, df numerator (k-1) = 4-1 = 3 dan df (n-k) = 100 - 4 = 96 maka diperoleh  $F_{tabel}$  2.696. Dari hasil ini diketahui bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mutu, harga dan kemasan secara bersama – sama mempengaruhi minat beli konsumen.

## Pembahasan

### a. pengaruh mutu terhadap minat beli

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa mutu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dalam membeli kripik bayam. Hal ini berarti bahwa semakin baik mutu maka akan semakin berminat konsumen terhadap kripik bayam, begitu juga sebaliknya apabila mutu tidak baik maka konsumen juga tidak akan berminat terhadap kripik bayam.

Artinya apabila mutu yang dipersepsikan konsumen meningkat maka akan semakin meningkat minat beli kripik bayam Elma dikecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan. Hal ini berarti mutu merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan minat beli kripik bayam elma dikecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan winahyu jiwaning dasanti (2012) dengan judul analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan daya tarik iklan terhadap minat beli Air Axogy dimana hasil dari penelitian ini adalah variabel mutu berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

### **b. Pengaruh harga terhadap minat beli**

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa daya tahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dalam membeli kripik bayam. Hal ini berarti bahwa semakin rendah harga maka akan semakin berminat konsumen terhadap kripik bayam, begitu juga sebaliknya apabila semakin naik harga maka konsumen juga tidak akan berminat terhadap kripik bayam.

Artinya apabila harga meningkat maka akan menurun minat beli kripik bayam Elma di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan, dan sebaliknya apabila harga menurun maka akan meningkatkan minat beli kripik bayam Elma di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan. Hal ini berarti harga merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan minat kripik bayam Elma di Kecamatan IV Jurai Kabupaten Pesisir Selatan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Winahyu Jiwaning Dasanti (2012) dengan judul analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan daya tarik iklan terhadap minat beli Air Axogy dimana hasil dari penelitian ini adalah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

### **c. Pengaruh kemasan terhadap minat beli**

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa daya tahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dalam membeli kripik bayam. Hal ini berarti bahwa semakin baik kemasan maka akan semakin berminat konsumen terhadap kripik bayam, begitu juga sebaliknya apabila kemasan tidak baik maka konsumen juga tidak akan berminat terhadap kripik bayam.

Artinya apabila kemasan semakin tinggi mempengaruhi minat beli akan berdampak semakin tinggi pula minat beli konsumen, begitu juga sebaliknya apabila kemasan rendah dalam mempengaruhi maka minat beli konsumen juga akan rendah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Winahyu Jiwaning Dasanti (2012) dengan judul analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan daya tarik iklan terhadap minat beli Air Axogy dimana hasil dari penelitian ini adalah variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **a. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang Konsumen yang berminat membeli kripik bayam elma dapat ditarik kesimpulan:

1. Variabel mutu berpengaruh terhadap minat beli kripik bayam elma di kecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan, karena hasil analisis data dengan analisis linear berganda diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha 0.05.
2. Variabel harga berpengaruh terhadap minat beli kripik bayam elma di kecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan, karena hasil analisis data dengan analisis linear berganda diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha 0.05.
3. Variabel kemasan berpengaruh terhadap minat beli kripik bayam elma di kecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan, karena hasil analisis data dengan analisis linear berganda diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,001. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha 0.05.

4. Mutu, harga dan kemasan berpengaruh terhadap minat beli kripik bayam elma dikecamatan IV jurai kabupaten pesisir selatan, karena hasil analisi data dengan analisis linear berganda diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari alpha 0.05.

**b. Saran**

Berdasarkan dari kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberi saran sebagai bahan masukan dan pertimbangan pada ELMA SNACK di Kenagarian Painan Utara Jalan Nusantara Rawang Painan sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengangkat judul yang sama dengan penelitian ini penulis menyarankan agar menambah variabel lain dan mencoba memperbanyak jumlah responden dan lebih selektif dalam memilih calon responden, saran ini penting untuk meningkatkan mutu dan kualitas hasil penelitian. Untuk dibuktikan dalam penelitian tersebut seperti : variabel daya tarik iklan menurut Winahyu Jiwaning Dasanti (2012) hal ini dilakukan agar hasil penelitian yang ditemukan bisa menutupi kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Bagi ELMA SNACK dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen dimasa yang akan datang, dimana pengaruh kemasan terhadap minat beli lebih tinggi dari pengaruh mutu terhadap minat beli sedangkan mutu harus ditingkatkan karena kalau pengaruh mutu terhadap minat beli rendah maka akan berpengaruh terhadap harga. Maka disarankan kepada pihak perusahaan kripik bayam ELMA SNACK untuk terus berupaya meningkatkan mutu.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi, (2010). "*Proses Prosedur Penelitian Suatu Pedekatan Praktik*". PT Rineka Cipta : jakarta.
- Boyd W Harper, (2000). "*Manajemen Pemasaran*". Jakarta : Erlangga.
- Kotler , Philip dan Keller ,Kevin Lane. 2009." *Manajemen Pemasaran*". Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Purnama Nursya'bani. (2006), "*manajemen kualitas*". Ekonisia : yogyakarta
- Simamora Henry, (2002). "*Manajemen Pemasaran Internasional*". PT Salemba Empat :Jakarta.
- Suliyanto. (2011). "*Ekonometrika terapan, teori dan aplikasi dengan SPSS*". Yogyakarta : Andi
- Umar Husein, (2009). "*metode penelitian untuk skripsi daan tesis bisnis*". PT Raja Grafindo: Jakarta.
- Hasan Ali, (2009). *Marketing*. Media Pressindo :Yogyakarta

