

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
MEBEL ALUMINIUM DI DESA SUNGAI DURAIT TENGAH KECAMATAN
BABIRIK KABUPATEN HULU SUNGAI UTARA
(STUDI KASUS PADA BAPAK YANUR)**

Nurul Hasanah¹

Jainah²

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai
nurulhasanaharief@gmail.com

ABSTRACT

This study was conducted to examine the effect of product quality on consumer buying interest which is motivated by the fact that along with the development of the times, many people like aluminum furniture products. And to find out and analyze the effect of product quality on consumer buying interest in aluminum furniture.

This study used 35 respondents as the research sample and the sample collection technique was the census technique. If the population is less than 100, it is better if the entire population is used. The data analysis method used is quantitative analysis which includes validity test, reliability test, simple regression test, test determinasr (r^2), and T test.

The tested data was then processed with SPSS software version 25, of all the statements are said to be valid. It can be stated that the value of $r_{count} > r_{table}$. For reliability test if Cronbach alpha > 0.60 for product quality variable there are 15 statements and for buying interest variable there are 8 statements, product quality ($0.951 > 0.60$) and buying interest ($0.953 > 0.60$). Simple Linear Regression, the regression coefficient for a constant of -6.210 indicates that the quality variable is zero or fixed, it will increase buying interest by -6.21 units or by 6.21% . The product quality variable shows that 0.597 if the unit increases it will increase buying interest by 0.597 or 59.7% . The coefficient of determination r^2 is known to be rquare of 0.810 or 81% , indicating that product quality has an influence on the buying interest variable of 81% . And the hypothesis test (T test) $t_{count} > t_{table}$ ($11.850 > 2.034$) it can be concluded that product quality has a significant effect on buying interest.

Maintaining product quality in the community so that people are interested in buying products because of good quality and product designs that attract interest in buying them.

Keywords: *product quality, buying interest*

PENDAHULUAN

Pentingnya minat beli merupakan indikator sukses atau tidaknya suatu produk atau perusahaan dipasaran. Minat beli menunjukkan kegiatan pembeli untuk melakukan kunjungan kembali dimasa yang akan datang. Kebutuhan dan keinginan konsumen akan barang dan jasa berkembang dari masa ke masa dan mempengaruhi perilaku konsumen tersebut dalam pembelian produk. Konsumen sudah sangat teliti dalam membeli suatu produk karena banyaknya produk yang ada dipasaran dan banyaknya informasi yang diterima oleh produsen. Hal ini menyebabkan persaingan antar badan usaha untuk memuaskan konsumen dalam memutuskan pembelian produk dari suatu pasar mendapatkan keuntungan. Keberhasilan pemasaran suatu perusahaan tidak hanya dinilai dari seberapa banyak konsumen yang berhasil diperoleh, namun juga bagaimana cara mempertahankan konsumen tersebut.

Penilaian konsumen tentang membeli suatu produk dan jasa yang ditunjuk dari perusahaan yang sama, dengan mempertimbangkan situasi dan keadaan yang baik. Konsumen yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan yang berpengalaman akan lebih mungkin untuk membeli produk dan menggunakan jasa tersebut.

Salah satu yang mempertimbangkan dalam berkembangnya suatu bisnis adalah mengenali konsumen dalam melakukan pembelian barang atau jasa. Seorang konsumen sebelum membeli suatu barang atau jasa terkadang melakukan penelusuran terhadap barang atau jasa yang akan dipakai oleh konsumen tersebut (kusumawardhani, 2013). Hal tersebut sesuai dengan pendapat atefi, zeinab, shahrzad jeddi, jalali (2013) bahwa sesuai perkembangan secara global yang terjadi pada seluruh sektor industri telah mengakibatkan setiap perusahaan yang dapat

menaikkan pembelian pada perusahaan tersebut.

Salah satu usaha yang bersifat kewirausahaan dalam bidang teknik ini ialah usaha mebel aluminium yang menjadi perhatian di kecamatan babirik kabupaten hulu sungai utara. Dengan berkembangnya zaman, kebutuhan dari masyarakat sendiri yang menginginkan keindahan dan berbagai bentuk corak produk yang diinginkan masyarakat, serta jumlah produk yang makin padat memberikan gambaran bahwa memanfaatkan kaca dan aluminium merupakan salah satu usaha yang perlu dikembangkan dan dipertahankan.

Fokus Masalah

Peneliti Akan Meneliti Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Di Desa Sungai Durait Tengah Kecamatan Babirik Kabupaten Hulu Sungai Utara (Studi Kasus Pada Bapak Yanur)

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka didalam permasalahan yang dapat diidentifikasi oleh penulis adalah apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Di Desa Sungai Durait Kecamatan Babirik Kabupaten Hulu Sungai Utara (Studi Kasus Pada Bapak Yanur)?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Di Desa Sungai Durait Kecamatan Babirik Kabupaten Hulu Sungai Utara (studi kasus pada bapak Yanur)?

LANDASAN TEORI

Tinjauan Teoritis

Pengertian Kualitas Produk

Menurut wijaya (2011) kualitas produk dan jasa diidentifikasi sebagai keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi, dan pemeliharaan yang membuat produk dan jasa tersebut dapat digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Menurut tjiptono (2006) definisi kualitas yaitu berpusat pada upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan dalam menyampaikan sesuatu untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan persepsi yang diberikan oleh konsumen terhadap keseluruhan karakteristik, keunggulan dan kebaikan suatu produk dalam menjalankan fungsi yang diharapkan oleh konsumen bisa terpuaskan. sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi dan melengkapi kebutuhan konsumen tersebut. Produk merupakan segala sesuatu yang dihasilkan oleh perusahaan dan ditawarkan ke konsumen untuk memenuhi kebutuhan yang tersebut.

Indikator Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2018; 25-26) terdapat delapan dimensi kualitas produk, yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*), hal ini berubungan dengan aspek fungsional suatu produk dan merupakan manfaat terpenting yang harus dipertimbangkan pelanggan sebelum membeli produk.
2. Keistimewaan Tambahan (*Feature*), yaitu performa produk yang berfungsi untuk menambah daya tarik produk itu sendiri. Dimensi fitur merupakan

karakteristik tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.

3. Keandalan (*Reliability*), hal tersebut berhubungan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk mampu bekerja memuaskan atau tidak serta keberhasilan menjalankan fungsinya selama digunakan dalam periode waktu tertentu pula.
4. Kesesuaian Spesifikasi (*Comformance*), hal tersebut berhubungan dengan kesamaan suatu produk dengan produk yang ditawarkan sebelumnya untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan tidak termasuk dalam cacat produk.
5. Daya Tahan (*Durability*), yaitu usia suatu produk yang berupa ukuran daya tahan atau masa pakai produk. Apabila frekuensi penggunaan produk lebih besar maka daya tahan produk juga semakin besar.
6. Estetika (*Ashtetics*), karakteristik tentang nilai-nilai estetila yang berhubungan dengan penampilan/ display suatu produk untuk dilihat, aroma, rasa dan bentuk produk.
7. *Service Ability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah di reparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
8. *Perceived Quality* (Kualitas Yang Dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merk, iklan dan reputasi perusahaan.

Minat Beli

- a. Pengertian Minat Beli

Minat beli menurut Ferdinand (2006) adalah pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk. Salah satu bentuk perilaku konsumen yaitu minat atau keinginan membeli suatu produk atau layanan jasa. Bentuk konsumen dari minat beli adalah konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian di pada masa sekarang dan bisa disebut sebagai calon pembeli. Kotler dan Keller (dalam adi, 2015) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen di mana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang di tawarkan.

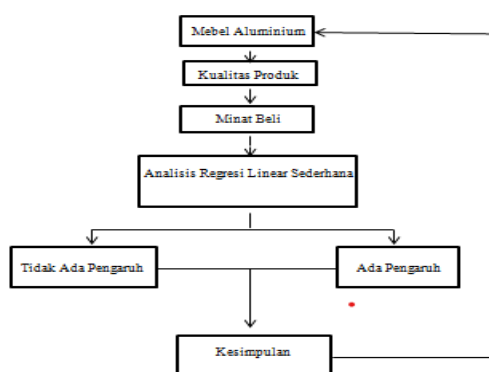
Menurut Kotler dan Keller (2009) definisi minat beli yaitu minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Indikator Minat Beli

Adapun indikator minat beli menurut Ferdinand (2006) yaitu :

Kerangka Berpikir

Gambar 2.1
Kerangka Berpikir



Sumber : Abror Aflah Amador (2012) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap*

Sikap Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Semerbak Coffe Tembalang Semarang). Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah dan tinjauan pustaka, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H_0 : Pengaruh Kualitas Produk Tidak Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Aluminium Didesa Sungai Durait Kecamatan Babirik .

H_a : Pengaruh Kualitas Produk Memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Aluminium Didesa Sungai Durait Kecamatan Babirik

METODE PENELITIAN

Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen mebel aluminium di babirik yang berjumlah 35 orang.

Sampel

Menurut Arikontu (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-25% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang

responden, maka peneliti mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada minat beli konsumen mebel aluminium yaitu sebanyak 35 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus.

Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi atau pengamatan langsung.
2. Kuesioner (angket),
3. Dokumentasi

Uji Validitas

Menurut Juliansyah Noor dalam bukunya (2010 :169) Tentang uji validitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut:

- a. Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pernyataan dalam kuesioner terdapat mendefinisikan suatu variabel.
- b. Daftar pernyataan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu.
 - 1) Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan variabel r_{table} $df = n - 2$ dengan tingkat kesalahan 5%.
 - 2) Jika $r_{table} < r_{hitung}$, maka disebut valid.

Data yang diperlukan dalam rumus sebagai berikut

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Uji Reliabilitas

Keandalan pengukuran dengan menggunakan Alfa Cronbach adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa banyaknya item/butir dalam suatu kemampuan secara positif berkorelasi satu sama lain. Tentang uji realibilitas ini disampaikan hal-hal pokoknya sebagai berikut:

- a. Untuk menilai kestabilan ukuranan konsistensi responden dalam menjawab koesioner. Koesioner tersebut mencerminkan konstruk sebagai dimensi suatu variabel yang disusun dalam bentuk pernyataan.
- b. Uji reabilitas dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh pernyataan.
- c. Jika nilai alpha > 0,06 disebut reliable

Teknik Analisa Data

Analisa Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi menggunakan rumus persamaan regresi menggunakan rumus

persamaan regresi sederhana yaitu :

$$Y = a + bX$$

Koefisien Determensi (R²)

koefisiensi determensi menyatakan persentase variasi dan variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel dependen sampai 1. Apabila R² mendekati 1, ini menunjukkan bahwa variasi variabel independen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial (uji T) digunakan untuk melihat variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Langkah-langkah yang dilakukab dalam uji t ini yaitu sebagai berikut:

- a. Merumuskan Hipotesis
 H₀ : tidak berpengaruh yang signifikan antara variabel kualitas (X) dengan variabel minat beli (Y)
 H_a : terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas (X) dengan variabel minat beli (Y)

- b. Menghitung Nilai t_{hitung}

$$t_h = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Membuat Keputusan Hipotesis

jika t_{hitung} > t_{tabel} maka H₀ ditolak dan H_a diterima berarti b₁ mempunyai pengaruh

terhadap variabel terikat (Y), jika t_{hitung} < t_{tabel} maka H_a ditolak dan H₀ diterima berarti b₁ mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

. Uji Validitas Dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Pengujian ini menggunakan 35 responden untuk menentukan valid atau tidaknya suatu kuesioner dinyatakan valid apabila r_{hitung} > r_{tabel}, dalam pernyataan diatas n=35, sedangkan r_{tabel} n-2 yaitu 35-2=33, maka dapat diketahui r_{hitung} > r_{tabel} (0,344). adapun hasil uji validitas terhadap kuesioner pernyataan yang telah diisi oleh responden dengan hasil sebagai berikut

Tabel 4.1
Kesimpulan Hasil Validasi Variabel Kualitas Produk (X)

Tabel 4.1
Kesimpulan Hasil Validasi Variabel Kualitas Produk (X)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	X.1	0,732	0,344	Valid
2	X.2	0,651	0,344	Valid
3	X.3	0,707	0,344	Valid
4	X.4	0,862	0,344	Valid
5	X.5	0,607	0,344	Valid
6	X.6	0,862	0,344	Valid
7	X.7	0,839	0,344	Valid
8	X.8	0,890	0,344	Valid
9	X.9	0,436	0,344	Valid
10	X.10	0,741	0,344	Valid
11	X.11	0,865	0,344	Valid
12	X.12	0,812	0,344	Valid
13	X.13	0,875	0,344	Valid
14	X.14	0,823	0,344	Valid
15	X.15	0,733	0,344	Valid

Variabel Dependen Minat Beli (Y)

Variabel Minat Beli (Y) memiliki 4 sub variabel yakni Minat Transaksional dengan 2 indikator, Minat Referensial dengan 2 indikator, Minat Preferensial dengan 2 indikator, dan Minat Eksploratif dengan 2 indikator. Dengan begitu jumlah

indikator pada variabel Minat Beli (Y) ada 9 indikator.

crobach's alpha sebesar 0,953 > 0,6 yang dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4.2
Kesimpulan Hasil Validasi Variabel Minat Beli (Y)

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Y.1	0,908	0,344	Valid
2	Y.2	0,851	0,344	Valid
3	Y.3	0,814	0,344	Valid
4	Y.4	0,759	0,344	Valid
5	Y.5	0,838	0,344	Valid
6	Y.6	0,913	0,344	Valid
7	Y.7	0,989	0,344	Valid
8	Y.8	0,942	0,344	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS Versi 25

Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode cronbach's alpha dengan nilai sebesar 0,60 metode ini digunakan untuk menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran.

Tabel 4.3
Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	15	0,951	Reliabel
Minat Beli	8	0,953	Reliabel

Sumber : pengolahan data SPSS

Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas untuk Kualitas Produk (X) terdapat ada 8 sub variabel dan 15 indikator item pernyataan yang penulis buat hasil berbeda beda setiap itemnya dan dapat dinyatakan bahwa Variabel Kualitas Produk (X) memiliki data yang reliabel secara keseluruhan dan untuk Minat Beli (Y) terdapat 4 sub variabel dan 8 indikator item pernyataan yang penulis buat hasil berbeda-beda setiap itemnya dan dapat dinyatakan bahwa Variabel Minat Beli (Y) memiliki data yang reliabel secara keseluruhan. dibuktikan dengan Kualitas Produk (X) memiliki nilai cronbach's alpha sebesar 0,951 > 0,6 yang dapat dinyatakan reliabel, dan Minat Beli (Y) memiliki nilai

Jadi kesimpulannya secara keseluruhan Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen Kualitas Produk (X) dan Variabel Dependen Minat Beli (Y) bahwa semua kuesioner pernyataan yang digunakan didalam penelitian ini adalah reliabel

Uji Regresi Linear Sederana

Regresi Linear Sederhana adalah model statistik yang digunakan untuk menjelaskan hubungan dua variabel dalam bentuk fungsional. Dua variabel tersebut adalah Variabel Dependen (Y) atau disebut juga variabel respon dan Variabel Independent (X) atau disebut juga variabel perjasas.

Tabel 4.4

Model Persamaan Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,210	3,134		-1,981	0,056
	Kualitas Produk	0,597	0,050	0,900	11,850	0,000

a. Dependent Variable: Minat beli

Sumber : pengolahan data dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dianalisis model estimasi sebagai berikut

$$Y = -6,210 + 0,597$$

Koefisien-koefisien persamaan regresi linier sederhana diatas dapat diartikan koefisien regresi untuk konstan sebesar - 6,210 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk bernilai nol atau tetap maka akan meningkatkan minat beli sebesar -6,21 satuan atau sebesar 6,21%.

Variabel kualitas produk 0,597 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas

produk meningkat 1 satuan maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,597 satuan atau sebesar 59,7%.

Koefisien Determensi (R²)

Koefisien determensi (R Square) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen kualitas produk mampu menjelaskan variabel dependen (minat beli). Berikut ini hasil uji determinasi (R Square)

Tabel 4.5

Koefisien Determensi (R²)



Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,900 ^a	0,810	0,804	2,668

Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber : pengolahan data dengan spss versi 25

Berdasarkan kepada tabel diatas diketahui nilai R square sebesar 0,810 (81,0%) ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel independen yaitu kualitas produk memiliki pengaruh terhadap variabel minat beli sebesar 81%.

Uji Hipotesis (Uji T)

Pengujian hipotesis secara parsial dimaksudkan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil hipotesis dalam pengujian ini adalah:

Tabel 4.6

Uji Hipotesis (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6,210	3,134		-1,981	0,056
	Kualitas Produk	0,597	0,050	0,900	11,850	0,000

a. Dependent Variable: Minat beli

Sumber : pengolahan data dengan spss versi 25

Pada tabel 4.6 11,850 pada derajat bebas (df) = N- 2= 35 – 2 = 33, Maka ditemukan t_{tabel} sebesar 2,034, maka dapat di tarik kesimpulan bahwa t_{hitung} > t_{tabel} (11,850 > 2,034).

Dari hasil analisis data penelitian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan terhadap Minat Beli.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diperoleh bahwa variabel t_{hitung} > t_{tabel} (11,850 > 2,034) maka H₀ ditolak secara statistik adalah signifikan, dari hasil Uji T nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05) berarti terdapat pengaruh yang erat antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Aluminium Didesa Sungai Durait Tengah Kecamatan Babirik Kabupaten Hulu Sungai Utara.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi,keandalan, daya tahan ataupun perbaikan produk. Berdasarkan hasil penelitian, Variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Didesa Sungai Durait Tengah Kecamatan Babirik Kabupaten Hulu Sungai Utara. Hal ini disebabkan karena adanya kualitas produk yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen Mebel Aluminium Didesa Sungai Durait Tengah Kecamatan Babirik Kabupaten Hulu Sungai Utara.

PENUTUP**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan penulis mengenai “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mebel Aluminium Didesa Sungai Durait Tengah Kecamatan Babirik Kabupaten Hulu Sungai Utara”, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

Hasil uji R square ditemukan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 0,810. Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi minat beli sebesar 81%. Hasil uji t ditemukan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,850 > 2,034$) maka H_0 ditolak secara statistik adalah signifikan, dari hasil Uji T nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) berarti terdapat pengaruh yang erat antara kualitas produk terhadap minat beli

DAFTAR PUSTAKA

- Abror Aflah Amador (2012) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sikap Konsumen Dan Implikasinya Terhadap Minat Beli Ulang* (Studi Kasus Pada Semerbak Coffe Tembalang Semarang). Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponogero.
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta

Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Kesepuluh. Rajawali Pers, Jakarta

Ferdinand, (2006) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*. Semarang : Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti

Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertai Ilmu Manajemen*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Hajjah Maulydia, (2021) *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resto Masakan Khas Arab Math'am Abu Nawas Kabupaten Hulu Sungai Utara*. Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Amuntai.

Humairoh Binti Muhammad Husnis Maimun, (2018) *Pengaruh Harga, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepatu All Star Original (Studi Kasus Sport Station Cambridge Medan)*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Garvin, david (n.d), “delapan dimensi kualitas produk”, <http://hadipurba.com/2008/10/30/delapan-dimensi-kualitas-david-garvin.html> (diakses 20 juli 2022)

Kotler dan Amstrong (2008:272) *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk*

Tupperware. Pekan Baru : Desi Susanti

Kotler, P. and Keller, K. (2009) *Manajemen Pemasaran*. 13th edn. Erlangga

Kotler, Philip. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2016). *Manajemen Pemasaran* Edisi 12 Jilid 1& 2. Jakarta : PT indeks

Tjiptono, Fandy. 2006, *Manajemen Jasa*, Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi

Tjiptono (2018; 25-26) *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Tupperware*. Pekan Baru : Desi Susanti

Tjiptono, Fandy (2008). *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi Offset