

PENGARUH KUALITAS DAN VARIASI PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(STUDI KASUS GREEN ARGOPURO KECAMATAN SUMBERMALANG)

¹Raidatus Solihah, ² Fahrudin

Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid
ekn.2142400063@unuja.ac.id, fahrudin@unuja.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and variety on consumer buying interest in Green Argopuro, Sumbermalang District. This study used a sample of 60 consumers. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results obtained in this study indicate that product quality has a significant effect on buying interest (Y) with a t-count value of 2.937 and t-table 2.002 which means t-count is greater than t-table and singnifikasinya 0.004 which means less than 0.05. Meanwhile, product variations also have a significant effect on consumer buying interest with a t-count value of 5.507 and t-table 2.002 and a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05. And simultaneously the variable product quality and product variety has a significant influence on consumer buying interest in Green Argopuro District Sumbermalang with the value of F obtained is 74.371 which is greater than f table 3.16 and a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05. The conclusion of this study is that the variable quality and variety of products have a significant influence partially or simultaneously on consumer buying interest in Green Argopuro District Sumbermalang.

Keywords: product quality, product variety, purchase intention

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan variasi produk terhadap minat beli konsumen di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 konsumen. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli (Y) dengan nilai t – hitung sebesar 2,937 dan t- tabel 2,002 yang berarti t-hitung lebih besar dari t- tabel dan singnifikasinya 0,004 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Sedangkan variasi produk juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai t-hitung sebesar 5,507 dan t- tabel 2,002 dan nilai signifikasinya 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dan secara simultan variabel kualitas produk dan variasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang dengan nilai F yang diperoleh adalah 74,371 yang lebih besar dari f tabel 3,16 dan nilai signifikasi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa variabel kualitas dan variasi produk memiliki pengaruh signifikan secara parsial maupun secara simultan terhadap minat beli konsumen di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang.

Kata kunci : kualitas produk, variasi produk, minat beli

PENDAHULUAN

Indonesia adalah sebuah negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang melimpah. Kekayaan ini telah memungkinkan negara ini untuk mengembangkan beragam sub-sektor ekonomi, salah satunya adalah agribisnis. Agribisnis di anggap sebagai salah satu sektor yang mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dikarekan dapat membangun bisnis di bidang industri yaitu dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia untuk mengolah atau memproduksi berbagai jenis hasil pertanian dan peternakan menjadi produk dengan memiliki nilai tambah yang lebih tinggi.

Industri sendiri merujuk pada setiap kegiatan yang berfungsi sebagai entitas produksi yang menghasilkan suatu produk atau mengolah bahan tertentu di lokasi tertentu demi memenuhi kebutuhan masyarakat (Fahrudin et al., 2023). Di Indonesia, sektor industri diatur dalam berbagai regulasi dengan Tujuan untuk mendorong pertumbuhan industri yang kuat dan meningkatkan daya saingnya. Salah satunya adalah peraturan undang-undang nomor 3 tahun 2014, yang mencakup kebijakan industri nasional, pembangunan industri, peran pemerintah dan pelaku usaha dalam pengembangan industri, serta pengawasan dan pengendalian sektor industri di Indonesia. Selain itu, di Indonesia juga mengatur dalam aspek perlindungan konsumen yaitu dengan undang-undang yang mengatur aktivitas bisnis adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang memberikan landasan hukum terkait hak konsumen agar mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang produk, serta memperoleh barang sesuai dengan kualitas yang dijanjikan.

Sektor industri memainkan peranan yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Khususnya, industri pengolahan yang memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menciptakan lapangan kerja. Berdasarkan data dari Kementerian perindustrian (2023) menyatakan bahwa sektor industri tetap menjadi motor penggerak utama ekonomi nasional. Hal ini terlihat dari kestabilan industri pengelolaan non migas yang memberikan kontribusi terbesar terhadap produk domestik bruto nasional, dengan berkembang sebesar 4,56 persen dari 16,30 persen di tahun 2023 (Fasta et al., 2025). Data ini menandakan bahwa sektor industri memiliki peranan penting dalam mendukung perkembangan ekonomi yang berkelanjutan. Semakin banyak sektor industri yang mampu menarik perhatian konsumen dan meningkatkan daya saingnya, maka kontribusinya terhadap ekonomi juga akan semakin meningkat.

Perkembangan industri di Indonesia juga di dorong oleh kemajuan teknologi dan inovasi, khususnya industri makanan dan minuman yang terus beradaptasi terhadap perubahan pasar, termasuk di Jawa timur. Jawa timur sebagai salah satu pusat industri yang juga mengalami perkembangan pesat, terutama di sektor industri pertanian, kehutanan, dan perikanan. Berdasarkan data (BPS Jatim, 2023), ekonomi Jawa timur pada triwulan II menunjukkan peningkatan sebesar 2,87 persen dibandingkan dengan triwulan I. Dalam hal ini dikarenakan didukung oleh sektor industri di pertanian, kehutanan, dan perikanan yang mengalami pertumbuhan sebesar 27,90 persen.

Di kabupaten Situbondo, sektor industri pengolahan yang berkontribusi utama terhadap pertumbuhan ekonomi di Situbondo dengan kontribusi sebesar 1,27 persen dari keseluruhan pertumbuhan yang mencapai 4,39 persen pada tahun 2022 (Statistik, 2023). Terutama dalam industri berbasis pertanian yaitu yang mencakup usaha kerupuk, keripik, tahu, tempe, kopi dan lain-lainnya. Salah satu industri yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Situbondo adalah industri kopi yang tersebar di beberapa Kecamatan salah satunya di Kecamatan Sumbermalang.

Tabel 1

Jenis usaha	Jumlah usaha
Kerupuk	56
Keripik	31
Tahu	20
Kopi	13

Tempe	12
Jahe Instan	12
Pemindangan	11
Marning	7
Kacang Tanah	5
Asam Jawa	5
Emping	3
Total	175

Sumber : (Pakilaran et al., 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jenis usaha yang terbanyak nomer empat disitubondo adalah usaha kopi yang mencapai 13 usaha, salah satunya terletak di Kecamatan Sumbermalang. Di kecamatan Sumbermalang, industri kopi yang telah berkembang pesat di wilayah ini adalah Green Argopuro. Green Argopuro merupakan bisnis industri kopi yang terletak di desa tlogosari, kecamatan sumbermalang, kabupaten Situbondo, Jawa Timur. Green Argopuro telah berhasil memperluas pasar hingga ke kota-kota besar seperti Bogor, Malang, dan Jakarta, keberhasilan ini di dorong oleh kemampuannya mempertahankan kualitas dan menawarkan beberapa variasi produk terhadap konsumennya seperti produk green beans kopi argopuro. Namun untuk mencapai keberhasilan ini bukan hal yang mudah dikarenakan green agropuro harus merancang dan menerapkan strategi yang lebih efektif untuk menarik minat beli konsumen sampai ke luar kabupaten situbondo terutama di era digital saat ini, dimana kemajuan teknologi yang semakin canggih sehingga menyebabkan persaingan semakin ketat terutama untuk produk yang sejenis.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat, mengharuskan Green Argopuro untuk terus meningkatkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan daya saingnya sehingga target yang telah ditentukan oleh green argopuro tercapai yaitu memperoleh keuntungan. Namun untuk menarik konsumen bukan lah hal yang mudah. disebabkan konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan harga untuk membeli, tetapi juga memperhatikan kualitas produk dan variasi atau inovasi yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan pendapat Ridwan bahwa minat konsumen untuk membeli suatu produk dapat dilakukan jika kualitas produknya baik, kelengkapan produk, harga yang relatif tidak mahal, dan tempat yang strategis, sehingga bisa menarik para konsumen(Ridwan, 2018). Oleh karena itu Green Argopuro harus mampu menawarkan produk yang terbaik kepada konsumennya seperti menawarkan produk dengan kualitas terbaik dan menyediakan berbagai pilihan variasi produk untuk menarik minat beli konsumen.

Menurut beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dalam sektor industri , kualitas produk dan variasi produk merupakan elemen – elemen kunci yang mempengaruhi minat beli konsumen. Green Argopuro telah menjadikan kualitas produk sebagai fokus utamanya dengan menerapkan metode budi daya organik dan pengelolaan pasca panen yang terstandarisasi untuk menjaga cita rasa kopi tetap pada tingkat yang optimal. Selain dari segi kualitas Green Argopuro juga menyajikan berbagai produk seperti kopi bubuk, green beans, roasted beans dan teh cascara serta kemasan produk yang beragam untuk memenuhi keinginan konsumen sesuai preferensinya. dengan beragam pilihan ini, Green Argopuro mampu menarik perhatian pembeli baik dikawasan lokal maupun secara nasional. Perpaduan antara kualitas yang tinggi dan beragam produk yang menarik menjadikan Green Argopuro berhasil menarik minat beli konsumen dan memperluas pasarnya ke luar Kabupaten Situbondo. disebabkan Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas yang baik dan yang menawarkan beberapa variasi produk dikarekan bisa memenuhi keinginan mereka.

Green Argopuro juga sangat menjaga kualitas produknya dengan ketat untuk menarik minat beli konsumen. yaitu yang di mulai dari pemilihan biji kopi yang berkualitas

tinggi, proses pengolahan yang bersih, hingga kemasan yang menarik perhatian. Di sebabkan kualitas produk merupakan salah satu elemen penting yang mempengaruhi minat beli konsumen. Dengan kualitas produk produsen dapat mencerminkan sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi harapan konsumen, baik dari segi bahan baku, cita rasa, kemasan hingga tekstur. Dan konsumen cenderung menilai bahwa produk yang memiliki kualitas tinggi akan memberikan kepuasan yang lebih besar. Disisi lain Green Argopuro juga menjaga konsistensi kualitas produk dan mempertahankan cita rasa yang unik untuk membangun rasa kepercayaan dan kesetiaan konsumen terhadap produk di Green Argopuro.

Selain kualitas, Green Argopuro juga menawarkan variasi produk untuk menarik minat beli konsumen. yaitu dengan menawarkan produk dalam bentuk biji atau bubuk serta memiliki berbagai jenis kopi, termasuk robusta, arabika dan lain-lainnyadan menawarkan inovasi terhadap kemasannya yang dapat memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. dengan inovasi variasi produk yang ditawarkan Green Argopuro dapat menghadirkan keunikan dan pengalaman yang berbeda bagi setiap konsumen. Inovasi dalam variasi produk juga berfungsi sebagai pembeda produk green argopuro dengan produk pesaing dan dapat menciptakan keunggulan produk yang sulit ditiru oleh pesaing Green Argopuro. Semakin banyak pilihan produk yang disediakan atau ditawarkan, maka semakin besar pula konsumen dapat menemukan produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini dapat menimbulkan polemik tersendiri terkait kualitas dan variasi produk yang mempengaruhi minat beli konsumen di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis sejauh mana kedua faktor kualitas dan variasi produk memengaruhi minat beli konsumen serta dapat menjadi salah satu mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan daya saing dan menarik pelanggan melalui pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dan menentukan strategi pemasaran.

LANDASAN TEORI KUALITAS PRODUK

Gunawan (2022) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memenuhi harapan konsumen. Harapan konsumen ini termasuk daya tahan produk, kehandalan produk, kemudahan dalam penggunaan, serta fitur bernilai lainnya. Sedangkan menurut Yunita(2021) kualitas produk adalah sekumpulan sifat-sifat unik dari produk dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan, yang mencakup kombinasi ketahanan, keandalan, akurasi, kemudahan perawatan, serta berbagai fitur lain dari suatu produk(Rochma et al., 2024) . Kualitas produk sejatinya merupakan suatu aspek yang krusial yang harus diperjuangkan oleh suatu perusahaan Jika ingin produk yang diproduksi mampu bersaing di pasar dan usahanya dapat berkembang pesat jika Suatu perusahaan mengutamakan kualitas(Moh. Rifa'i, Moch. Tohet, Moh.Bagus Abdillah, 2018).Menurut Lupiyoadi(2015) dalam jurnal (Intanghina, 2019) terdapat beberapa indikator yang mengukur kualitas produk, yaitu : Kinerja, Keandalan, Fitur, Daya tahan,Kesesuain.

VARIASI PRODUK

Ichsannudin dan Purnomo(2021) berpadap bahwa variasi produk merupakan barang yang dihasilkan suatu perusahaan dengan maksud untuk menawarkan tidak hanya satu jenis produk, tetapi dalam sejumlah variasi dan kategori(Putra, 2022). Sedangkan menurut (Indrasari, 2019), variasi produk mengacu pada situasi yang timbul dari banyaknya tersedia barang dalam berbagai jumlah dan tipe, yang pada gilirannya menciptakan beragam pilihan bagi konsumen saat berbelanja. Kotler (2015) berpendapat dalam jurnal (Pakpahan, 2021), indikator variasi produk mencakup : merek produk, beragam produk, ukuran produk, kualitas produk

MINAT BELI

Menurut Hasan dalam Randi Saputra(2018) menyatakan bahwa minat beli sebagai dorongan yang dimiliki konsumen untuk membeli suatu merek atau melakukan tindakan

yang berkaitan dengan keputusan pembelian, yang dievaluasi melalui tingkat kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Sedangkan Kotler dan Keller berpendapat bahwa minat beli konsumen adalah sejenis perilaku dimana konsumen memiliki keinginan untuk membeli atau memilih produk, yang didasarkan pada pengalaman dalam proses pemilihan, penggunaan, serta konsumsi atau bahkan hasrat terhadap suatu produk (Ardiani, 2020). Menurut Ferdinand (2012) yang dikutip oleh (Hasanah, 2018), minat untuk membeli dapat dilihat melalui indikator-indikator berikut : minat beli transaksional, minat beli referensial, minat beli preferensial, minat beli eksploratif

KERANGKA PEMIKIRAN

Hipotesis 1

Ha : terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di green argopuro

Ho : tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen di green argopuro

Hipotesis 2

Ha : terdapat pengaruh variasi produk terhadap minat beli konsumen di green argopuro

Ho : tidak terdapat pengaruh variasi produk terhadap minat beli konsumen di green argopuro

Hipotesis 3

Ha : terdapat pengaruh kualitas produk dan varian produk secara bersamaan terhadap minat beli konsumen di green argopuro

Ho : tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan varian produk secara bersamaan terhadap minat beli konsumen di green argopuro.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini jenis penelitian kuantitatif. metode kuantitatif adalah suatu strategi penelitian yang menggunakan data berbentuk angka dan menganalisisnya dengan statistik. Dalam penelitian ini metode yang digunakan ialah kuantitatif kausal yang merupakan suatu pendekatan data penelitian untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel yang dipengaruhi terhadap variabel yang mempengaruhi (sugiyono, 2022). Populasi yang digunakan adalah semua pelanggan atau konsumen Green Argopuro. Berdasarkan data yang didapatkan peneliti dari pemilik Green Argopuro yaitu sebanyak 149 konsumen selama 1 bulan terakhir. Sehingga didapatkan sampel sebanyak 60 konsumen dengan menggunakan rumus solvin. Dengan kriteria Pernah membeli produk green argopuro. Studi ini menggunakan dua jenis data, yakni data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik yaitu terdapat uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda serta uji t dan uji f.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Green Argopuro

Green argopuro merupakan usaha yang bergerak dibidang industri kopi di desa tlogosari kecamatan sumbermalang kabupaten situbondo yang dipimpin Oleh Ahmad Muhlisin. Green argopuro memiliki 568 mitra tani dengan produktifita kopi 80-120 ton dan mempekerjakan 148 orang. Produk utama dari bisnis ini adalah Kopi mentah (Greenbeans) dengan segmen utama kedai kopi dikota - kota besar yang membutuhkan Kopi dengan Gread Specialty. Sistem pemasaran dilakukan secara Online melalui Media Sosial dan website. Green argopuro berdiri pada tahun 2014 yang menjual biji kopi Arabica berkualitas tinggi. Yang di tanam pada ketinggian 1.200 mdpl sehingga menjadikan aroma kopi yang dihasilkan sangat khas dengan cita rasa buah pisang saat

diseduh. Sistem penanam kopinya dilakukan secara tradisional. dan di green argopuro menyediakan beragam produk yaitu greenbeans, roasted beans, kopi bubuk, teh cascara. Pada tahun 2020 green argopuro berhasil menebus pasar internasional yaitu export amerika, dubai, dan Slovakia. Serta men suplay ke beberapa coffeshop, home roaster, microroastery, hotel, maupun perusahaan yang bergerak dalam industri kopi di Indonesia.

Uji Validitas Dan Reabilitas

Tabel 2 hasil uji validitas dan uji reabilitas

no	Variabel	Hasil Uji Validitas R hitung (Peason Correlation)	Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha
1	X1.1	0,861	0,919
2	X1.2	0.897	
3	X1.3	0,846	
4	X1.4	0,841	
5	X1.5	0,906	
6	X2.1	0,833	0,871
7	X2.2	0,856	
8	X2.3	0,871	
9	X2.4	0,842	
10	Y1	0,895	0,901
11	Y.2	0,900	
12	Y.3	0,817	
13	Y4	0,899	

Berdasarkan tabel hasil uji validitas dan reliabilitas yang telah disajikan, seluruh item dalam kuesioner dinyatakan valid. Ini dikarenakan seluruh nilai r-hitung yang tercantum lebih tinggi dari nilai r-tabel yaitu 0,254, sehingga pernyataan – pernyataan yang terdapat pada kuesioner di anggap valid. Selain itu, tabel di atas juga menunjukkan bahwa semua instrumen telah dinyatakan reliabel. Hal ini terlihat dari nagka cronbach's alpha untuk variabel kualitas produk, variasi produk dan minat beli yang lebih dari 0,60, yang menandakan bahwa instrument tersebut dapat di andalkan dan diterima.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 3 hasil uji asumsi klasik

no	Jenis uji asumsi klasik	Kriteria penerimaan hasil uji	Hasil uji	interpretasi
1	Uji normalitas	(Sig) > 0,05	(Sig) = 0,104	data terdistribusi dengan normal
2	Uji Multikolinieritas	VIF (variance inflation factors) < 10	VIF (variance inflation factors) = 2,326	tidak terdapat indikasi multikolinieritas antara variabel independen.
3	Uji heteroskedastisitas (Uji Glesjer)	(Sig) > 0,05	(Sig)= 0,520 (Sig)= 0,884.	tidak ada gejala terjadinya heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel yang disajikan di atas, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa dalam uji normalitas diperoleh 0,104 yang lebih besar dari 0,05, sehingga menunjukkan bahwa data memiliki distribusi normal. Selanjutnya, hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel independen memiliki nilai VIF kurang dari 10 yaitu 2,326, yang artinya bahwa data bebas dari masalah multikolinieritas, jadi variabel independen tersebut tidak saling berhubungan. Di samping itu, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai yang lebih tinggi dari 0,05, sehingga data dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas yang berarti tidak ada variabel independen yang mempengaruhi nilai absolut residual.

Analisis Linear Berganda

Tabel 4 Analisis regresi berganda kualitas dan variasi produk terhadap minat beli konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.184	1.291		.917	.363
kualitas produk	.237	.080	.316	2.973	.004
variasi produk	.637	.116	.586	5.507	.000

Sumber : SPSS 22

Persamaan regresi yang diperoleh berdasarkan tabel di atas adalah :

$$y = a + b_1.x_1 + b_2.x_2 + e$$

$$= 1,184 + 0,237x_1 + 0,637x_2 + e$$

Koefisien regresi untuk kualitas produk(X1) adalah 0,237 yang menunjukkan bahwa minat beli akan naik sebesar 0,237.dengan demikian , jika kualitas produk semakin baik, maka minat beli juga meningkat sebesar 0,237 . Koefisien regresi untuk variasi produk (x2) adalah 0,637, yang berarti minat beli akan bertambah sebesar 0,637. Oleh karena itu, jika variasi produk menjadi lebih banyak, maka minat beli akan naik sebesar 0,637.

Uji T

Untuk memahami pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, tingkat signifikansi yang diterapkan adalah 0,05(5%). Sebuah variabel independen di anggap berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai signifikansi dari uji t di bawah 0,0.

Tabel 5 hasil uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.184	1.291		.917	.363
KUALITAS PRODUK	.237	.080	.316	2.973	.004
VARIASI PRODUK	.637	.116	.586	5.507	.000

Sumber : SPSS 22

Tabel di atas menunjukkan pengaruh yang terjadi pada masing-masing variabel independen atau bebas. Kualitas produk (X1) memiliki nilai t – hitung sebesar 2,937 dan t-tabel 2,002 yang berarti t-hitung lebih besar dari t- tabel dan signifikasinya 0,004, sehingga ha pada penelitian ini bisa diterima. Dan ini menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli (Y). variasi produk (X2) memiliki t-hitung sebesar 5,507 dan t- tabel 2,002 dan nilai signifikasinya 0,000 yang berarti t-hitungnya lebih besar dari t-tabelnya. Sehingga ha pada variabel variasi produk bisa diterima. Dengan demikian, variasi produk(X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli(Y).

Uji F

Tabel 6 Hasil uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	197.174	2	98.587	74.371	.000 ^a
Residual	75.559	57	1.326		
Total	272.733	59			

a. Predictors: (Constant), VARIASI PRODUK, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas, perhitungan memperlihatkan bahwa nilai F yang diperoleh adalah 74,371 yang lebih besar dari f tabel 3,16 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa H_0 di terima, sementara H_1 ditolak, yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk dan variasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang.

Berdasarkan analisis yang dilakukan secara statistik, terlihat dengan jelas bahwa dalam analisis parsial, variabel independen kualitas produk dan variasi produk memberikan pengaruh yang signifikan pada minat beli konsumen. Hal ini juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Harita, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Pakpahan, 2021) yang menyatakan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap minat beli konsumen. Sementara itu, dalam analisis simultan, seluruh variabel independen juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Yang didukung oleh penelitian yang dilakukan (Allya Ramadhina & Mugiono, 2022) menyatakan bahwa desain kemasan, variasi produk dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan maupun parsial terhadap Minat beli konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa kualitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang dan variasi produk juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang secara parsial. Secara simultan kualitas dan variasi produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiani, M. F. (2020). Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Konsumen pada Klinik Kecantikan D'Angel. *MF. Ardiani*, 1. http://repository.umpri.ac.id/id/eprint/710/3/Mustika_Skripsi_3.pdf
- B. Prihantoko, V. (2021). Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Allyamart Grosir Dan Eceran Buntu Banyumas). *Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1–74. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id/9137>
- Fahrudin, F., Sunarsih, S., & Ghufron, M. I. (2023). Pengaruh Pelatihan Pengembangan Usaha Kuliner Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kreatif. *KEADABAN: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(1), 45–63. <https://doi.org/10.33650/adab.v5i1.6486>
- Gunawan, Imam. (2017). *PENGANTAR STATISTIKA INFERENSIAL*. PT RajaGrafindo Persada.
- Hasanah, U. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Ken ' S Bakery di Kecamatan Malili Kabupaten Luwu Timur. *Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Palopo*, 13–78.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN* (edisi pert). press@unitomo.ac.id.
- Intanghina. (2019). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. *Convention Center Di Kota Tegal*, 9.
- Lay. (2019). BAB II KAJIAN TEORITIS 2.1 Kualitas Produk 2.2.1 Pengertian Produk. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Muallawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, 1(1), 5–30. <https://www.ksi-indonesia.org/assets/uploads/original/2020/03/ksi->

- 1585501090.pdf%0Ahttps://www.unhi.ac.id/id/berita/detail-berita/UNHI-Launching-Sistem-Sruti%0Ahttps://keputakaan-presiden.perpusnas.go.id/uploaded_files/pdf/article_clipping/normal/BUNG_KA
- Pakilaran, Y., Usman, F., & Wijayanti, W. P. (2023). Pemetaan Potensi Kerjasama Antar Kecamatan Dalam Pengembangan Umkm Pengolahan Hasil Pertanian Di Kabupaten Situbondo. *Planning for Urban Region and Environment*, 12(1), 233–242.
- Pakpahan, C. L. (2021). *Pengaruh Variasi Produk Dan Display Layout Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tokolwan Ponsel Pajus Medan*. 1–70. [https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16486/1/178320296_Chyntia Labauli Pakpahan_Fulltext.pdf](https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/16486/1/178320296_Chyntia%20Labauli%20Pakpahan_Fulltext.pdf)
- Putra, C. I. R. (2022). Analisis Variasi Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Ndalem Simbah Gondang Nganjuk. *EKOBIS (Ekonomi Bisnis)*, 1–23. <http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/5483>
- Ridwan, M. (2018). Analisis Keputusan Pembelian Pada Ritel Modern. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 1(1), 71–80. <https://media.neliti.com/media/publications/296678-analisis-keputusan-pembelian-pada-ritel-ab5a9a92.pdf>
- Statistik, B. P. (2023). Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Situbondo Tahun 2023. *Badan Pusat Statistik*, 2, 1–8. <https://situbondokab.bps.go.id/pressrelease/2024/02/28/233/pertumbuhan-ekonomi-kabupaten-situbondo-tahun-2023.html>
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA, cv.
- V. Wiratna Sujarweni. (2014). Metodologi Penelitian. *PT. Rineka Cipta, Cet.XII)an Praktek, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, Cet.XII)*, 107.

