

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di PT. Tatehe Nusa Jaya

**Andrew Louis Cahyadi 1¹ Alexander Wahyudi Henky Soeparto 2²
dan Dwi Sunu W Pebruanto**

Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra

E-mail: alouis@student.ciputra.ac.id , awahyudi@ciputra.ac.id , dan dwisunu@ciputra.ac.id

Abstrak: Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli di PT. Tatehe Nusa Jaya. Penelitian ini mendistribusikan formulir survei daring untuk total 50 partisipan yang tidak pernah melakukan pembelian di PT. Tatehe Nusa Jaya. SPSS digunakan untuk menganalisa data yang dikumpulkan dengan analisis linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah $Y=18,571+0,045X_1+0,135X_2$. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah disebutkan sebelumnya mengindikasikan bahwa setiap variabel harga di naikkan 1 unit maka juga menaikkan minat beli sebesar 4.5% dan jika variabel kualitas produk dinaikkan 1 unit maka juga menaikkan minat beli sebesar 13.5%. Untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, penelitian ini menggunakan metode koefisien korelasi dan determinasi dengan hasil sebesar 1.7%. Hal itu menandakan bahwa harga dan kualitas produk mempengaruhi minat beli sebesar 1.7% dan 98.3% lainnya adalah variabel lain yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini. Berdasarkan uji F, harga dan kualitas produk secara simultan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan uji T, harga dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat beli. Kesimpulan dari penelitian ini adalah harga dan kualitas produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan baik dari hasil uji F maupun uji T secara parsial.

Kata kunci: *harga, kualitas, produk, minat beli*

The Effect of Price and Product Quality on Consumers' Purchase Intention at PT. Tatehe Nusa Jaya

**Andrew Louis Cahyadi 1¹ Alexander Wahyudi Henky Soeparto 2²
dan Dwi Sunu W Pebrunto**

Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra

E-mail: alouis@student.ciputra.ac.id , awahyudi@ciputra.ac.id , dan dwisunu@ciputra.ac.id

***Abstract:** The main purpose of this research is to measure the effect of price and product quality on purchase intention at PT. Tatehe Nusa Jaya. This research distributes an online survey form for the total of 50 participants who have never done any purchase at PT. Tatehe Nusa Jaya. SPSS is used to analyze data that is collected with multiple linear regression. The result of this research is $Y = 18.571 + 0.045X_1 + 0.135X_2$. Based on the result of this research that has been mentioned previously indicates that every price variable is increased one unit, therefore it also increases purchase intention of 4.5% and if product quality variable is increased one unit, therefore it also increases purchase intention of 13.5%. To find out the effect of independent variable on dependent variable simultaneously, this research uses correlation coefficient method and determination with the result of 1.7%. That thing signs that price and product quality affect purchase intention of 1.7% and the other 98.3% is other variable that are not explained by this research.. Based on F-test, price and product quality simultaneously do not have significant effect on purchase intention. Based on T-test, price and product quality simultaneously do not have significant effect partially on purchase intention. The conclusion of this research is price and product quality do not have significant effect either from F-test result or T-test partially.*

***Keywords:** price, quality, product, purchase intention*