

## PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PADA BAKARA CAFE & KITCHEN DEPOK

Oleh:

<sup>1</sup>Anjar Juli Haenur Priatama, <sup>2</sup>Ria Arifianti, <sup>3</sup>Raden Ratna Meisa Dai

<sup>1,2,3</sup> *Administrasi Bisnis, Universitas Padjadjaran  
Jln. Ir. Soekarno. Km 1, Jatinangor, Kab. Sumedang, Jawa Barat, 45363.*

*Email : anjar20003@mail.unpad.ac.id<sup>1</sup>, r.arifianti@unpad.ac.id<sup>2</sup>, ratna.meisa.dai@unpad.ac.id<sup>3</sup>*

---

### ABSTRACT

*This research aims to determine and test the influence of product quality on purchasing intention at Bakara Cafe & Kitchen Depok. In this research, sampling used a non-probability sampling method with a purposive technique for Bakara consumers as respondents. The data used in this research uses primary and secondary data, namely questionnaires as primary data and observations as secondary data using quantitative methods. The results in this research obtained a significance value of  $0.867 > 0.05$  resulting from the correlation analysis test. Then the product quality variable has an influence of 74.9% on the purchase intention variable and the rest is influenced by other factors. Apart from that, the  $t$  value is 18,004 and the  $t$  table value is 1.982, so  $t$  count  $>$   $t$  table or  $(18,004) > 1,982$ , meaning  $H_0$  can be rejected and  $H_1$  can be accepted or the hypothesis can be accepted with a significant influence between the product quality variable and the purchase intention variable.*

**Key words:** *Product Quality, Purchase Intention, Consumer Satisfaction*

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap minat beli pada Bakara Cafe & Kitchen Depok. Dalam penelitian ini pengambilan sampel menggunakan metode *non – probability sampling* dengan teknik *purposive* kepada konsumen Bakara sebagai responden. Data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yaitu kuesioner sebagai data primer dan observasi sebagai data sekunder dengan menggunakan metode kuantitatif. Hasil dalam penelitian ini diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,867 > 0,05$  yang dihasilkan dari uji analisis korelasi. Lalu variabel kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 74,9% terhadap variabel minat beli dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Selain itu nilai  $t$  *hitung* sebesar 18.004 dan diperoleh nilai  $t$  *tabel* sebesar 1,982 maka  $t$  *hitung*  $>$   $t$  *tabel* atau  $(18.004) > 1.982$ , berarti  $H_0$  dapat ditolak dan  $H_1$  dapat diterima atau hipotesis dapat diterima dengan pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk dengan variabel minat beli.

**Kata kunci:** *Kualitas Produk, Minat Beli, Kepuasan Konsumen.*

---

### PENDAHULUAN

Besarnya potensi sektor ekonomi yang ada membawa kemajuan terhadap beberapa sektor ekonomi termasuk industri kuliner, industri tersebut merupakan sektor ekonomi yang memiliki fokus pada proses produksi, pengolahan dan penjualan melalui produk

makanan dan minuman sebagai produk hasil olahan. Saat ini industri kuliner telah melewati berbagai perkembangan teknologi yang telah mengubah beberapa hal mulai dari produksi yang sudah menggunakan peralatan canggih untuk menghasilkan suatu produk makanan dan minuman, lalu hingga proses distribusi produk kepada konsumen telah menggunakan peran teknologi.

Menurut (Stevina dkk, 2015) minat beli adalah kecenderungan untuk membeli sebuah merek dan secara umum berdasarkan kesesuaian antara motif pembelian dengan atribut atau karakteristik dari merek. Minat beli merupakan suatu hal dasar ketertarikan seseorang terhadap suatu produk yang dapat menimbulkan rasa keinginan keinginan untuk mengamati, mengetahui dan memiliki produk.

Minat beli merupakan bagian dari perilaku konsumen yang menggambarkan tahapan - tahapan keputusan pembelian yang diawali oleh rangsangan kepada konsumen sebagai tahapan untuk mengenali suatu produk. Hal ini akan menjadi suatu langkah awal konsumen mengalami ketertarikan kepada suatu produk yang akan menimbulkan minat untuk melakukan pembelian terhadap produk yang disukainya.

Minat beli atau ketertarikan pada suatu produk akan muncul jika terdapat beberapa hal yang sesuai dengan keadaan dari konsumen. Menurut Schiffman & Kanuk (2004) dikatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat memicu minat beli konsumen terhadap suatu produk yaitu faktor eksternal, faktor pengenalan produk, faktor kebutuhan dan faktor evaluasi. Faktor tersebut dapat menjadi aspek yang memicu timbulnya minat beli seseorang jika produk atau merek yang ditawarkan memiliki kesesuaian dengan keadaan dari konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pengelola industri kuliner memahami beberapa aspek yang dapat memicu atau menimbulkan minat beli konsumen terhadap produk yang ditawarkan sebagai tahapan sebelum melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan beberapa aspek tersebut kebutuhan konsumen menjadi salah satu faktor yang dapat memicu timbulnya minat beli terhadap suatu produk, sehingga dalam menentukan suatu produk yang akan dipasarkan perlu melakukan riset pasar guna mengetahui kebutuhan dan peluang produk dapat diterima dipasaran. Selain itu guna menarik minat konsumen terhadap produk yang dijual tentu perlu memberikan edukasi dan pengenalan kepada konsumen mengenai spesifikasi dari produk tersebut, sehingga konsumen dapat mengetahui informasi terkait produk untuk dijadikan acuan oleh konsumen dalam menilai dan membandingkan dengan produk dari kompetitor sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata.co.id mengatakan bahwa pada pertengahan tahun 2020 hingga tahun 2022 terdapat kenaikan jumlah kunjungan dan peningkatan antusiasme masyarakat untuk mengunjungi cafe dan restoran menyusul diberlakukannya kelonggaran aturan pembatasan aktivitas diluar rumah. . Selain itu juga terdapat hal lain yang menyebabkan tingginya minat konsumen untuk datang ke resto dan cafe, karena sebagian dari konsumen memerlukan hal tersebut sebagai gaya hidup dan sebelumnya terjadi pembatasan yang membuat konsumen tidak dapat dapat mengunjungi tempat kuliner secara langsung, sehingga saat aturan tersebut dilonggarkan membuat antusiasme masyarakat meningkat untuk datang mengunjungi resto atau cafe.

Selain itu juga terdapat hal lain yang menyebabkan tingginya minat konsumen untuk datang ke resto dan cafe, karena sebagian dari konsumen memerlukan hal tersebut sebagai gaya hidup dan sebelumnya terjadi pembatasan yang membuat konsumen tidak dapat dapat mengunjungi tempat kuliner secara langsung, sehingga saat aturan tersebut dilonggarkan membuat antusiasme masyarakat meningkat untuk datang mengunjungi resto atau cafe. Hal tersebut menunjukkan bahwa industri kuliner pada usaha resto dan cafe memiliki

potensi yang cukup besar bahkan minat dari konsumen terhadap cafe dan resto ditunjukkan pada saat terjadi pandemi.

Perubahan yang terjadi membuat kebiasaan atau perilaku konsumen juga mengalami perubahan. Sebelumnya seorang konsumen jika akan membeli produk akan mengunjungi tempat penjualan untuk memilih produk, namun saat ini sudah bisa dilakukan secara online sehingga membuat konsumen akan memilih produk termasuk makanan yang sudah memiliki jaminan kualitas yang baik, karena tidak ada pertimbangan lain yang diambil oleh konsumen saat membeli makanan secara online selain kualitas makanan yang sudah terjamin mutu dan rasanya. Beberapa konsumen akan memilih makanan berdasarkan ulasan melalui aplikasi atau platform yang mereka gunakan sebagai referensi untuk memesan makanan. Selain itu, beberapa konsumen juga memilih restoran yang memiliki nama besar atau terkenal untuk meminimalisir rasa dan kualitas yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen.

Menurut (Miguna & Nurhafifah, 2020) kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu.

Menurut Pra – riset yang dilakukan oleh peneliti kepada konsumen Bakara Cafe & terkait alasan yang membuat konsumen memilih Bakara Cafe & Kitchen sebagai Kitchen tempat untuk berkumpul atau menyantap makanan. Berdasarkan survei tersebut diketahui bahwa terdapat beberapa hal yang menjadi alasan konsumen berminat membeli dan memilih produk Bakara Cafe & Kitchen yaitu alasan utama dari kualitas produk yang mereka miliki dikatakan bahwa menu yang ada di Bakara Cafe seperti steak memiliki rasa yang fresh dan enak

Dalam prosesnya untuk menghasilkan kualitas produk yang baik Bakara Cafe & Kitchen memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang cukup ketat demi menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Peralatan yang digunakan juga memiliki kualitas yang baik sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan oleh pengelola dan manajemen restoran. Selain itu bahan baku yang digunakan memiliki kualitas tinggi atau premium, hal ini dipilih Bakara Cafe & Kitchen untuk menjadikan produk yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi, bahan baku tersebut diperoleh melalui sistem kerjasama dengan beberapa peternakan ayam dan pemasok daging di beberapa daerah di Jawa Barat. Selain itu selama beberapa bulan sekali karyawan Bakara Cafe & Kitchen mendapatkan *training* atau pelatihan untuk memberikan pengalaman dan wawasan baru kepada karyawan sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan performa kerja karyawan.

Diketahui bahwa terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan untuk mengidentifikasi hal – hal atau faktor – faktor yang memiliki hubungan dan pengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap suatu produk. Hal ini disampaikan dalam sebuah penelitian oleh Kotler dalam Abzari, et al (2014) minat beli adalah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengkonsumsi suatu produk. Minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi suatu produk. Kualitas produk yang baik akan memberikan serta mempertahankan kepuasan dan membuat konsumen memiliki kepercayaan terhadap produk yang kita tawarkan. Selain itu hal tersebut penting bagi pihak pengelola atau manajemen, karena bila kualitas produk memiliki peran untuk dapat memuaskan konsumen maka hal itu akan memiliki dampak positif pada sebuah bisnis.

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab beberapa rumusan masalah yang menjadi perhatian utama. Pertama, peneliti ingin mengetahui kondisi di lapangan terkait kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen Bakara Cafe & Kitchen Depok. Kedua, peneliti juga tertarik untuk memahami kondisi minat beli yang dilakukan oleh konsumen Bakara

Cafe & Kitchen Depok. Selanjutnya, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada Bakara Cafe & Kitchen Depok.

Manfaat dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua aspek, yaitu manfaat akademik dan manfaat praktis. Dari sisi akademik, temuan penelitian ini dapat memperluas pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli pada Bakara Cafe & Kitchen Depok dan hubungannya dengan kualitas produk. Temuan ini juga dapat memperkaya teori-teori yang ada dalam bidang kualitas produk dan minat beli. Lebih lanjut, penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memperluas atau memperbaiki kerangka konseptual yang digunakan dalam studi-studi sebelumnya.

Dari sisi praktis, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan dan pembelajaran untuk kepentingan manajemen perusahaan, terlebih bagi Bakara Cafe sebagai informasi mengenai kualitas produk agar dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan perbaikan. Mulai dari tekstur daging yang empuk dan juicy, bumbu yang meresap, memiliki banyak pilihan varian saus sebagai tambahan serta memiliki plating atau presentasi yang menarik saat penyajiannya.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2016) mengatakan bahwa kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah. Menurut Wijaya (2015) bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Menurut Kotler (2016) mengatakan bahwa produk merupakan keseluruhan ciri atas sifat barang dan jasa yang Kualitas berpengaruh pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik dari ciri - ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri". Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan sejauh mana produk bisa memberikan performa yang memuaskan saat konsumen menggunakan suatu produk. Hal ini akan menjadi penilaian bagi konsumen terhadap baik atau tidak nya kualitas yang dimiliki oleh produk yang mereka pakai atau gunakan.

### Minat Beli

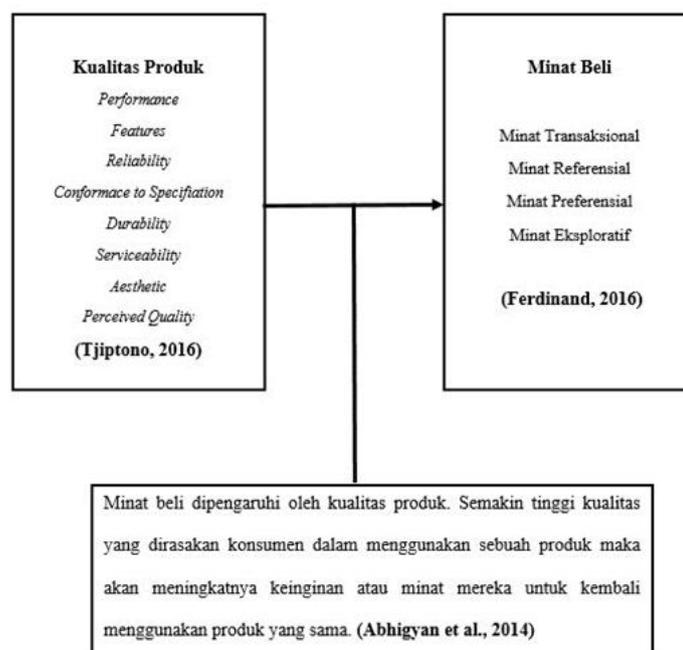
Minat beli merupakan proses atau langkah awal dalam tahapan pembelian suatu produk barang atau jasa, hal tersebut disampaikan oleh beberapa ahli yang menjelaskan makna mengenai minat beli yang merupakan eksperisi dari perilaku konsumen. Menurut Ferdinand (2016) mengatakan minat beli konsumen dapat diartikan sebagai minat beli yang mencerminkan hasrat dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk. Menurut Schiffman dan Kanuk (2015) minat beli merupakan penjelasan dari sikap seseorang terhadap objek yang sangat cocok untuk mengukur perilaku produk, jasa, atau merek tertentu. Menurut Kotler (2012) mengatakan bahwa minat beli sebagai tingkat kemungkinan seseorang akan membeli suatu merek dan jasa atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu merek ke merek lainnya." Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan eksperisi dari konsumen yang menggambarkan proses konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Hal

tersebut merupakan bagian dari perilaku konsumen dalam menunjukkan hasrat atau keinginannya untuk mengetahui dan mengenali sesuatu yang mereka inginkan.

### Kerangka Pemikiran

Hubungan pengaruh positif antara kualitas produk dan minat beli dinyatakan oleh Abhigyan et al., (2014) yang menyatakan bahwa minat beli dipengaruhi oleh kualitas produk. Semakin tinggi kualitas yang dirasakan konsumen dalam menggunakan sebuah produk maka akan meningkatnya keinginan atau minat mereka untuk kembali menggunakan produk yang sama. Hal ini memiliki hubungan penelitian ini, karena kualitas yang dimiliki oleh Bakara Cafe & Kitchen Depok sangat terjaga baik dari bahan baku, tempat penyimpanan, tempat penyajian, proses memasak hingga penyajian. Sehingga produk yang dihasilkan oleh Bakara Cafe memiliki kualitas yang terjaga dan mendapatkan respon positif terhadap produk yang dikonsumsi. Penilaian yang diberikan oleh konsumen dapat mendorong minat untuk terus dapat mencoba produk.

Oleh karena itu dalam suatu kerangka berpikir yang baik memerlukan kriteria utama agar bisa menjadi suatu alur pikiran yang logis, sehingga bisa menghasilkan sebuah hipotesis, peneliti menggambarkan suatu kerangka pemikiran berdasarkan teori diatas dan skema berikut ini :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

### Hipotesis

Berdasarkan pada teori dan kerangka berpikir yang telah dijelaskan diatas, diketahui bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara pada suatu masalah yang memerlukan observasi dan uji lebih lanjut untuk memastikan kebenarannya, oleh karena itu peneliti merumuskan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H0:  $b_1 = 0$ , yang berarti tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli.

H1:  $b_1 \neq 0$ , yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mengacu pada pemahaman empiris yang dipakai untuk memahami sebuah fenomena, dimana proses penelitian akan mengikuti prosedur yang telah direncanakan dan akan menghasilkan penelitian berupa generalisasi dan prediksi. Menurut (Wiratna S, 2014), Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Menurut (Amiruddin. Dkk, 2004), empiris merupakan suatu penelitian yang berfokus pada suatu fenomena atau keadaan dari objek yang diteliti secara detail dengan menghimpun fakta yang terjadi dan mengembangkan konsep yang telah ada.

Penelitian ini menggunakan dua variabel: kualitas produk sebagai variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana digunakan dengan data ordinal yang diperoleh dari kuesioner, dievaluasi menggunakan skala Likert. Skala ini menilai persepsi responden terhadap pertanyaan dengan pilihan jawaban dari "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju," masing-masing diberi bobot nilai 1 hingga 5. Data respons diolah untuk mengidentifikasi pandangan responden terhadap aspek-aspek pada Bakara Cafe yang terkait dengan variabel penelitian.

Menurut (Suryani. Dkk, 2015) populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian. Jumlah unit dalam populasi dilambangkan dengan notasi N. Pada penelitian ini yang akan dijadikan sebagai populasi adalah konsumen Bakara Cafe yang sebelumnya pernah berkunjung dan menikmati menu Bakara Cafe. Konsumen Bakara Cafe akan digunakan untuk unit analisis sebagai individu dan Bakara Cafe akan digunakan sebagai unit observasi penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017), sampel merujuk pada bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Populasi sendiri mencakup seluruh karakteristik yang dimiliki oleh kelompok yang diteliti. Pada penelitian ini penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan metode non-probability sampling. Menurut (Sugiyono, 2018), non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat dipilih sebagai sampel. Sedangkan, teknik purposive sampling, seperti yang dijelaskan oleh (Sugiyono, 2018), melibatkan pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Oleh karena itu, untuk menentukan sampel dalam penelitian ini, peneliti akan mengadopsi rumus Yamane yang dijelaskan dalam (Sugiyono, 2018). Dengan mengacu pada rumus tersebut, Yamane dalam penelitian yang dijelaskan oleh Sugiyono menghasilkan jumlah sampel sebesar 109 orang sebagai responden.

Penelitian ini menggunakan uji t sebagai uji hipotesis menurut (Situmorang, 2014), uji t digunakan untuk secara signifikan menguji hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) secara individual, dengan tingkat signifikansi alpha sebesar 0,05%. Kriteria pengujian sebagai berikut:

H0:  $b_1 = 0$ , yang berarti tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli.

H1:  $b_1 \neq 0$ , yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Kualitas Produk terhadap Minat Beli.

Keputusan pengujian dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

H0 diterima jika nilai t hitung < nilai t tabel pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

H0 ditolak jika nilai t hitung > nilai t tabel pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini merupakan konsumen Bakara Cafe & Kitchen Depok. Dalam penelitian ini terdapat 150 responden yang terbagi kedalam beberapa karakteristik yaitu usia dan asal daerah yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Responden	Presentase
16 – 25 Tahun	68	45,3%
26 – 40 Tahun	75	50,3%
41 – 65 Tahun	7	4,4%
Jumlah	150	100%

Sumber: Data Primer Diolah Oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 1 dapat dilihat bahwa kuesioner yang disebarkan kepada 150 responden yaitu konsumen Bakara Cafe & Kitchen, dapat diketahui sebagian besar responden memiliki usia diantara 26 – 40 tahun sebanyak 75 responden atau 50,3% hal tersebut disebabkan oleh mayoritas pengunjung Bakara Cafe & Kitchen pada hari tertentu yaitu keluarga dan digunakan untuk acara, lalu diikuti oleh usia diantara 16 – 25 tahun sebanyak 68 responden atau 45,3% ini terjadi karena banyak pelajar dan mahasiswa yang mengunjungi Bakara Cafe sebagai tempat pilihan untuk *hang out* atau mengerjakan tugas dan terakhir usia responden berada diantara 41 - 65 tahun sebanyak 7 responden atau 4,4% pada mayoritas responden pada usia tersebut biasanya mengunjungi Bakara Cafe bersama keluarga untuk melaksanakan makan malam sehingga jumlahnya tidak terlalu signifikan.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah

Keterangan	Responden	Presentase
Depok	90	58,5%
Jakarta	23	14,5%
Derah Lain	37	27%
Jumlah	159	100%

Sumber: Data Primer Diolah Oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa kuesioner yang disebarkan kepada 150 responden yaitu konsumen Bakara Cafe & Kitchen, dapat diketahui sebagian besar responden memiliki domisili terbanyak berasal dari Kota Depok sebanyak 90 responden atau 58,5% hal tersebut disebabkan oleh lokasi Bakara Cafe & Kitchen yang berada di Kota Depok sehingga mayoritas responden berasal dari Kota Depok. Lalu DKJ

Jakarta sebanyak 23 responden atau 14,5% hal tersebut disebabkan karena Jakarta berada tidak jauh dari Depok dan banyak keluarga atau remaja asal Jakarta yang mencari destinasi kuliner atau wisata di daerah sekitar selain DKJ salah satunya Depok dan sisanya berasal dari daerah lain yang terbagi ke dalam beberapa daerah 37 responden atau 27%.

### Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk

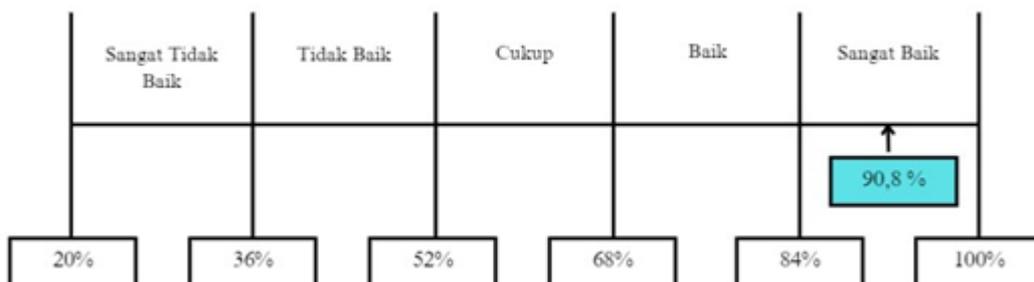
Tabel 3 Hasil Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk

No	Dimensi	Jumlah Item	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase	Kategori
1	<i>Performance</i>	3	2.059	2.250	91.5%	Sangat Baik
2	<i>Features</i>	2	1.390	1.500	90%	Sangat Baik
3	<i>Reliability</i>	3	1.901	2.250	84.4%	Sangat Baik
4	<i>Conformance to Specification</i>	3	2.067	2.250	91.8%	Sangat Baik
5	<i>Durability</i>	2	1.392	1.500	92.8%	Sangat Baik
6	<i>Serviceability</i>	4	2.772	3.000	92.4%	Sangat Baik
7	<i>Aesthetic</i>	3	2.087	2.250	92.7%	Sangat Baik
8	<i>Perceived Quality</i>	3	2.052	2.250	91.2%	Sangat Baik
Total		23	15765	17250	91 %	Sangat Baik

Sumber: Data Primer Diolah Oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat persentase skor jawaban responden terhadap 8 dimensi mengenai variabel kualitas produk, persentase skor tertinggi sebesar 93.5% terdapat pada dimensi *performance* sesuatu termasuk dalam kategori sangat baik, sedangkan persentase skor terendah sebesar 84.4% terdapat pada dimensi *reliability* termasuk dalam kategori sangat baik.

Adapun persentase skor dari keseluruhan jawaban responden yang diperoleh adalah sebesar 90,8% apabila nilai tersebut disajikan ke dalam garis kontinum yang mengacu pada pedoman kategorisasi, maka akan tampak seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 2 Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk

Sumber: Data Primer Diolah Oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar garis kontinum di atas, dapat dijelaskan bahwa dari persentase skor jawaban yang diperoleh responden sebesar 90,8% termasuk ke dalam kategori “Sangat Baik” karena nilai tersebut berada pada interval antara “84,1% - 100,0%”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk Bakara Cafe & Kitchen Depok tergolong sangat baik.

### Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli

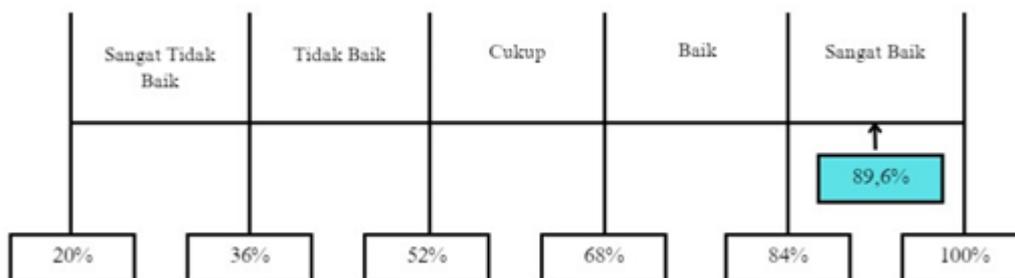
Tabel 4 Hasil Rekapitulasi Variabel Minat Beli

No	Dimensi	Jumlah Item	Skor Aktual	Skor Ideal	Presentase	Kategori
1	Minat Transaksional	3	2.085	2.250	91.2%	Sangat Baik
2	Minat Referensial	2	1.357	1.500	90.4%	Sangat Baik
3	Minat Preferensial	2	1.400	1500	93.3%	Sangat Baik
4	Minat Eksploratif	3	1.878	2.250	83.4%	Baik
Total		10	6.720	7.500	89.6%	Sangat Baik

Sumber: Data Primer Diolah Oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat persentase skor jawaban responden terhadap 4 dimensi mengenai variabel minat beli, persentase skor tertinggi sebesar 93,3% terdapat pada dimensi minat preferensial sesuatu termasuk dalam kategori sangat baik, sedangkan persentase skor terendah sebesar 83,4% terdapat pada dimensi minat eksploratif termasuk dalam kategori baik.

Adapun persentase skor dari keseluruhan jawaban responden yang diperoleh adalah sebesar 89,6% apabila nilai tersebut disajikan ke dalam garis kontinum yang mengacu pada pedoman kategorisasi, maka akan tampak seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 3 Garis Kontinum Variabel Minat Beli  
Sumber: Data Primer Diolah Oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan gambar garis kontinum di atas, dapat dijelaskan bahwa dari persentase skor jawaban yang diperoleh responden sebesar 89,6% termasuk ke dalam kategori “Sangat Baik” karena nilai tersebut berada pada interval antara “84,1% - 100,0%”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Minat Beli Bakara Cafe & Kitchen Depok tergolong sangat baik.

### Hasil Uji Normalitas

Pada penelitian ini untuk mengetahui apakah data yang digunakan memiliki distribusi normal dibutuhkan uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov – Smirnov* dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS. Data dapat dinyatakan bernilai distribusi normal jika nilai p-value lebih besar dari 0,05 (p-value sig.>0,05).

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov Test)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,99370253
Most Extreme Differences	Absolute	,165
	Positive	,110
	Negative	-,165
Test Statistic		,165
Asymp. Sig. (2-tailed)		,105 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov diatas, dapat diketahui bahwa nilai dari p-value yaitu Asymp.sig (2-tailed) memiliki nilai sebesar 0,105. Nilai ini lebih besar dari 0,05 sehingga menunjukkan bahwa residual memiliki distribusi normal. Hal ini berarti bahwa data terdistribusi normal dan dapat digunakan untuk penelitian.

### Uji Linearitas

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara variabel penelitian yang bersifat linier atau tidak. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah "test for linearity" dengan bantuan SPSS 28.0 for Windows. Jika nilai *Sig. deviation from linearity* lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel independen dan dependen. Sebaliknya, jika nilai *Sig. deviation from linearity* kurang dari 0,05, maka hubungan antara variabel independen dan dependen tidak bersifat linier.

Tabel 6 Hasil Uji Linearitas

Variabel	Deviation for Linearity	$\alpha$	Keterangan
Kualitas Produk (X) dan Minat Beli (Y)	0,056	0,050	Linear

Sumber: Data Primer Diolah Oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Sig. Deviation from Linearity* sebesar 0,056. Nilai ini lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel kualitas produk dan minat beli.

### Uji Analisis Regresi Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas produ (X) dan minat beli (Y). Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap minat beli, serta memprediksi apakah nilai minat beli akan naik atau turun. Analisis dilakukan dengan menggunakan persamaan  $Y = a + bX$ , dan dibantu oleh program SPSS 28.0 for Windows. Berikut merupakan tabel hasil perhitungan dari analisis regresi sederhana.

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>				
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
6,068	2,421		2,506	,014
,382	,021	,867	18,004	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan data pada tabel hasil perhitungan koefisien regresi sederhana diatas menunjukkan jika nilai konstanta adalah sebesar 6,068 koefisien variabel independen (X) adalah sebesar 0,382. Maka diketahui terdapat persamaan regresi berikut  $Y = 6,068 + 0,382X$ . Berdasarkan persamaan diatas diketahui terdapat nilai konstanta sebesar 6,068 dapat diartikan bahwa nilai konstanta menyatakan jika pada saat variabel kualitas produk 0, maka minat beli mempunyai nilai sebesar 6.608.

Lalu nilai positif sebesar 0,382 yang terdapat pada koefisien regresi variabel independen (kualitas produk) menjelaskan hubungan antara variabel independen (kualitas produk) dan variabel dependen (minat beli) memiliki hubungan satu arah, sehingga setiap terdapat satu kenaikan pada satuan variabel kualitas produk maka akan menyebabkan kenaikan terhadap minat beli dengan angka 0,382.

### Uji Signifikansi (Uji T)

Dalam uji hipotesis terdapat ketentuan dan kriteria sebagai dasar menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis dalam penelitian. Jika nilai thitung > ttable maka H0 ditolak dan H1 diterima, namun sebaliknya jika nilai thitung ≤ ttable maka H0 diterima dan H1 ditolak. Pada penelitian kali ini taraf α yaitu 5% dengan rumus  $df = n - 2$  yaitu  $df = 109 - 2 = 107$  yang berarti memiliki nilai ttable sebesar 1.982.

Berdasarkan hasil perhitungan pada analisis regresi sederhana dapat diketahui memiliki nilai thitung sebesar 18.004, maka diketahui nilai thitung pada penelitian ini memiliki nilai lebih besar dibandingkan dengan nilai ttable sebesar 1,982 atau ( $18.004 > 1.982$ ) yang berarti bahwa H0 dapat ditolak dan H1 diterima. Oleh sebab itu maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli pada Bakara Cafe & Kitchen Depok.

### Analisis Koefisien Korelasi

Untuk menguji hubungan antara variabel kualitas produk dan variabel minat beli pada Bakara Cafe & Kitchen Depok yaitu menggunakan analisis koefisien korelasi dengan menggunakan bantuan program SPSS for Windows 28.0. Berikut merupakan hasil perhitungan analisis korelasi *product moment* pada tabel berikut:

Tabel 8 Hasil Analisis Korelasi  
Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	,867**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	109	109
Y	Pearson Correlation	,867**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	109	109

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan minat beli memiliki koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,867 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dimana dapat diartikan jika terdapat korelasi positif antara kualitas produk dan minat beli dengan kategori sangat tinggi serta memiliki korelasi yang signifikan karena nilai  $p < 0,05$  atau nilainya sebesar ( $0,000 < 0,05$ ).

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dalam penelitian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan menjelaskan variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini uji perhitungan koefisien determinasi dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 28.0 *for Windows*. Berikut merupakan hasil perhitungan koefisien determinasi dalam tabel berikut ini:

Tabel 9 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,867 <sup>a</sup>	,752	,749	,542

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Diolah Oleh Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada nilai *Adjusted R Square* yang diketahui nilai *Adjusted R Square* memiliki nilai sebesar 0,749. Maka dapat diartikan variabel independen (kualitas produk) dapat menjelaskan variabel dependen (minat beli) sebesar 74,9% dan sisanya sebesar 25,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

## PENUTUP

### Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini diketahui hasil uji korelasi *product moment* penelitian ini memperoleh indeks skor sebesar 0,867 dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05, maka jika nilai  $r_{xy} > r_{tabel}$  terdapat pengaruh signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini memiliki pengaruh signifikan antara variabel Kualitas Produk dan Minat beli karena diperoleh nilai korelasi lebih besar dibandingkan  $r$

*tabel* atau  $0,867 > 0,195$ . Selanjutnya pada hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 0,749, sehingga dapat disimpulkan bahwa 74,9% minat beli dipengaruhi oleh kualitas produk, lalu sisanya sebesar 25,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, pada uji *t* dalam penelitian ini yang digunakan sebagai hipotesis diketahui memperoleh nilai *t hitung* sebesar 18.004 dan diperoleh nilai *t tabel* sebesar 1,982 maka  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $(18.004) > 1.982$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  dapat ditolak dan  $H_1$  dapat diterima atau hipotesis dapat diterima dengan pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk dengan variabel minat beli.

Berdasarkan kesimpulan dan penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengembangkan atau meningkatkan kekurangan pada Bakara Cafe & Kitchen Depok, khususnya mengenai kualitas produk agar dapat terus meningkatkan kualitasnya menjadi lebih baik. Terdapat saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

Pertama berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan pada penelitian Bakara Cafe & Kitchen Depok diketahui bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal ini berdasarkan hasil uji dari analisis korelasi dengan nilai sebesar  $0,867 > 0,195$ . Oleh sebab itu diharapkan Bakara Cafe & Kitchen Depok dapat mempertahankan kualitas produk yang dimiliki, karena dengan menjaga kualitas yang dimiliki hal tersebut akan berdampak pada kepuasan konsumen terhadap produk Bakara Cafe dan dapat mendorong minat konsumen untuk tetap membeli produk Bakara Cafe & Kitchen.

Lalu berdasarkan hasil dari analisis deskriptif manajemen Bakara Cafe & Kitchen diharapkan dapat memperbaiki aspek – aspek yang masih memiliki nilai rendah dibandingkan dengan aspek lainnya. Untuk variabel kualitas produk pengelola diharapkan dapat memperbaiki aspek *reliability* utamanya terkait kondisi produk agar terus ditingkatkan, sehingga konsumen akan merasa produk yang dikonsumsi dapat diandalkan dan dipercaya kualitasnya. Selain itu pada variabel minat beli pengelola diharapkan dapat memperbaiki aspek minat eksploratif karena mendapatkan nilai paling rendah. Diketahui bahwa tidak semua orang ingin atau memiliki rasa untuk mencari tahu, sehingga pengelola diharapkan dapat meningkatkan *exposure* restoran salah satunya melalui sosial media agar informasi yang dimuat dapat diakses oleh lebih banyak *audience*.

Berikutnya berdasarkan hasil uji koefisien determinasi memperoleh nilai sebesar 74,9% dimana minat beli dipengaruhi oleh kualitas produk dan sisanya sebesar 25,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Maka pada penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan dan menambah variabel lain seperti harga dan citra merk guna menghasilkan penelitian yang lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, Ghassemi, Vosta. 2014, “*Analysing the effect of social media on brand attitude and purchaseintention: the case of Iran Khodro company*” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 143 ( 2014 ) 822 – 82
- Amiruddin & Zainal, A. (2004). *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, Miguna, Nurhafifah, M. (2020), *Manajemen Pemasaran UMKM Dan Digital Sosial Media*, Edisi 1, Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Basu Swasta dan T. Hani Handoko, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE, Yogyakarta

- Chaffey, D., & Smith, P. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning, optimizing and integrating online marketing*. United Kingdom: Taylor & Francis.
- Eko, S., Supadi, B., & Susilo, W. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Restoran Cepat Saji Di Jakarta*. The 1st LP3I National Conference of Vocational Business and Technology (LICOVBITECH) 2022
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. Jurnal Wawasan Manajemen, Vol 7 No. 1, 17-32.
- Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Ferdinand, P. D. A. (2016). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. In BP Undip 2. <https://doi.org/10.4304/jcp.8.2.326-333>
- Fitria, A. dan Imam Hidayat. (2018). *Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 6. No 4.
- Hasan. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Husein. (1999). *Metodologi Penelitian, Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2020. *“Manajemen Pemasaran.”* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Potter, N. N., dan Hotchkiss, J. H. (2012). *Food science* (5th edition). New York: Chapman and Hall.
- Rangkuti, F. (2008). *Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Situmorang & Lutfi ,M . (2014). *Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : PT Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT

Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Suhendri. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran A&W Supermall Karawaci*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol. 17 No.2

Viandra, H., Aurelia, K, D., & Winston, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Beli Di Seporsi Mie Kari Alam Sutera*. Journal of Management and Social Sciences (JIMAS)Vol.2, No.1

Wiratna. (2014). *Metodologi penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PT Pustaka Baru.