



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 3 Tahun 2023 Page 8131-8141

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Elumor Tea

Fitri Indriyani^{1✉}, Asep Muslihat²

program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi

Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: fitri.indriyani19217@student.unsika.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Teh Elumor. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan produk Teh Elumor. Sampel yang diteliti berjumlah 50 responden. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X), dan variabel dependennya adalah Minat Beli (Y). Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis linier SPSS. Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat secara signifikan yaitu sebesar 2,6%.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Minat Beli, Elumor Tea.*

Abstract

This research aims to determine Product Quality on Buying Interest in Elumor Tea. Population in this study are people who use Elumor Tea products. The samples studied amounted to 50 respondents. An independent variable in this study is Product Quality (X), and the dependent variable is Purchase Intention (Y). The method of this research uses quantitative research by distributing questionnaires. Analysis of data in this study using SPSS linear analysis. Based on the results of the influence test, it was found that product quality had significant effect on purchase intention with a contribution of 2,6%

Keyword: *Kualitas Produk, Minat Beli, Elumor Tea*

PENDAHULUAN

Saat ini, perawatan tubuh merupakan kebutuhan setiap orang, terutama wanita. Siapapun pasti ingin memiliki tubuh yang sehat dan ideal. Karenanya banyak orang melakukan berbagai cara untuk memiliki tubuh ideal yang sehat agar terlihat menarik di hadapan orang lain. Hal ini dikarenakan ketika memasuki dunia kerja, seseorang dituntut untuk dapat berpenampilan menarik.

Sehingga memberikan kesadaran diri bahwa penampilan merupakan prioritas yang harus diperhatikan karena merupakan bagian yang paling sering dilihat orang lain. Percaya atau tidak, salah satu cara untuk mendapatkan tubuh yang ideal adalah dengan menggunakan produk teh pelangsing herbal yang dipercaya dapat membuat berat badan seseorang menjadi ideal sehingga menjadi percaya diri. Kondisi inilah yang mengakibatkan tingkat permintaan produk teh pelangsing herbal terus meningkat. Hingga industri produk herbal semakin meningkat dengan banyaknya produk sejenis yang bermunculan dengan berbagai macam merek.

Produk teh pelangsing herbal yang saat ini banyak diminati salah satunya adalah Teh Elumor. Teh Elumor merupakan produk teh pelangsing herbal merek lokal yang dikelola melalui akun toko tiktok @elumorherbal dengan total penjualan 653,2 ribu pcs produknya sejak Juli 2022 - Juli 2023.

Teh Elumor dapat menjaga berat badan ideal dan juga dapat menurunkan berat badan karena mengandung ekstrak daun kemuning, daun jati belanda, dan juga rimpang bangle. harga yang ditawarkan oleh Elumor Tea untuk produknya relatif murah, berkisar antara Rp 49.000 - Rp 147.000.

teh Elumor merupakan salah satu merek teh pelangsing yang paling laris di Tiktok Shop. Terbukti dari total penjualan produk Elumor Tea yang menembus angka Rp 565,8 ribu pcs pada periode Maret 2023.



	Slimming tea	Harga	Penjualan
1	Elumor Lancarkan pencernaan & bantu bakar lemak	49rb / 30 kantong	565,8 K
2	Noera Mahal tapi khasiat mantul, cek aja ulasan di keranjang kuning	110rb / 30 kantong	93,1 K
3	Beaude lab Diet sehat tanpa olahraga ketat	45rb / 28 kantong	29,1 K
4	El Royal Menekan nafsu makan, Mengurangi perut buncit	120rb get 2 masing2 14 kantong	19,1 K
5	Mr.Detox Kikis lemak bandel	30rb / 15 kantong	4691
6	Zakhesla Cocok buat temen diet pas puasa	75rb get 2 masing2 15 kantong	3752
7	Beaude soul Murmer tpi hasilnya mantep	21rb / 14 kantong	3597

Gambar 1

Slimming Tea Terlaris Periode Maret 2023

Sumber : katadata.com

Berdasarkan gambaran di atas, memberi peluang bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Banyaknya produk yang dijual menimbulkan beberapa masalah dimana muncul produk Teh Elumor palsu yang beredar sehingga menimbulkan keresahan bagi konsumen mengenai kualitas produk Teh Elumor, sehingga menimbulkan pertanyaan apakah produk Teh Elumor yang dibeli asli atau palsu.



Gambar 2

Elumor Tea Asli dan Palsu

Sumber : tiktok.id

Berdasarkan gambar diatas perusahaan harus menciptakan strategi untuk mengatasi masalah tersebut dengan baik agar menarik konsumen. Ada banyak cara strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menarik konsumen. Salah satunya adalah dengan meningkatkan kualitas produk untuk dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Elumor Tea. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan menurunnya minat beli konsumen. Minat (Interest) digambarkan sebagai situasi dimana konsumen belum melakukan suatu tindakan yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan pembelian. Menurut Durianto 2013 dalam (Halim, 2019) minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu.

Kualitas Produk adalah kemampuan produk dalam melakukan fungsi atau kegunaannya. Menurut Kotler dan Keller (2016:37) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang secara keseluruhan diperoleh produk.

Minat konsumen dalam membeli produk merupakan kunci perkembangan usaha kedepannya. Sehingga perusahaan harus selalu mampu melihat segala peluang yang dapat membantu dalam meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk perusahaan serta harus dimbangi dengan menampilkan kualitas produk yang baik.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada kualitas produk terhadap minat beli elumor tea. Penulis meringkas dengan memberikan judul "pengaruh kualitas produk terhadap minat beli elumor tea". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Elumor Tea.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan permasalahan yaitu:

1. bagaimana kualitas produk?
2. bagaimana minat beli?
3. bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian:

1. untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan bagaimana kualitas produk.
2. untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan bagaimana minat beli.
3. untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini yaitu masyarakat yang menggunakan produk Elumor Tea. Sampel yang diambil dan yang akan dijadikan fokus penelitian ini hanya sebagian dari jumlah populasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden pengguna Elumor Tea. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *teknik simple random sampling* dimana dalam pengambilan sampel dilakukan secara sederhana dan tanpa memperhatikan status yang terdapat di dalam populasi. Variabel bebas penelitian ini yaitu Kualitas Produk (X) dan variabel terikat Minat Beli (Y). Analisis data yang digunakan adalah analisis verifikatif. Pengumpulan data diambil dengan cara membagikan kuesioner kepada responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	P1	0,696	0,279	Valid
	P2	0,584	0,279	Valid
	P3	0,592	0,279	Valid

	P4	0,321	0,279	Valid
	P5	0,526	0,279	Valid
	P6	0,390	0,279	Valid
	P7	0,534	0,279	Valid
	P8	0,578	0,279	Valid
	P9	0,474	0,279	Valid
	P10	0,678	0,279	Valid
Minat Beli	P1	0,629	0,279	Valid
	P2	0,561	0,279	Valid
	P3	0,727	0,279	Valid
	P4	0,482	0,279	Valid
	P5	0,582	0,279	Valid
	P6	0,500	0,279	Valid
	P7	0,503	0,279	Valid
	P8	0,447	0,279	Valid
	P9	0,703	0,279	Valid
	P10	0,462	0,279	Valid

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 1 hasil uji validitas, semua item pernyataan yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid, karena berdasarkan kriteria r hitung $>$ r tabel, dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ (5%) nilai r tabel yaitu 0,279.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2
Uji Reliabilitas

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,727	0,60	Reliabel
Minat Beli	0,756	0,60	Reliabel

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan table 2 hasil uji reliabilitas, semua item pernyataan terkait variabel kualitas produk (X) dan minat beli (Y) yang berjumlah 20 item pernyataan menunjukkan hasil cronbach's alpha lebih besar dari 0,6. Dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan adalah reliabel.

3. Uji Normalitas

Tabel 3
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.60846846
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.134
	Positive	.110
	Negative	-.134
Test Statistic		.134
Asymp. Sig. (2-tailed)		.025 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
Sumber : Hasil Pengolahan data SPSS,2023		

Berdasarkan table 3 hasil uji normalitas semua data variabel memperoleh nilai signifikan (α) sebesar $0,200 > 0,05$, yaitu sebesar 0,25 maka dapat disimpulkan semua data variabel pada penelitian ini dinyatakan terdistribusi normal.

4. Analisis Regresi Linear

Tabel 4
Analisis Regresi Linear

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.819	1	8.819	.671	.000 ^b
	Residual	631.101	48	13.148		
	Total	639.920	49			
a. Dependent Variable: MINAT BELI						
b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK						

Sumber: Pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4 hasil uji analisis regresi linear diatas diketahui $F_{hitung} 0,671$ dengan tingkat signifikansi sebesar nilai sig. $0.000 < \alpha 0.05$. Hal ini, menunjukkan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk (X) terhadap Minat Beli (Y)

4. Rekapitulasi Indikator Kualitas Produk (X)

Tabel 4

Rekapitulasi Variabel Kualitas Produk

Indikator	Skor	Kriteria
Total Skor 10 pernyataan indikator	2.191	Sangat setuju
Rata – rata Skor	219,1	

Sumber : pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa semua indikator yang terdiri dari 10 pernyataan dalam kuesioner pada rekapitulasi variabel Kualitas Produk berada pada tentang skala 210,1 – 250 yaitu sebesar 219,1 berada pada kriteria sangat setuju. Artinya Kualitas produk Elumor Tea secara umum dinilai sangat baik oleh responden sebagai konsumen Elumor Tea.

5. Rekapitulasi Indikator Minat Beli (Y)

Tabel 5

Rekapitulasi Variabel Minat Beli

Indikator	Skor	Kriteria
Total Skor 10 pernyataan indikator	2.246	Sangat setuju
Rata – rata Skor	224,6	

Sumber : pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa semua indikator yang terdiri dari 10 pernyataan dalam kuesioner pada rekapitulasi variabel Minat Beli berada pada tentang skala 210,1 – 250 yaitu sebesar 224,6 berada pada kriteria sangat setuju. Artinya Minat Beli produk Elumor Tea secara umum dinilai sangat baik oleh responden sebagai konsumen Elumor Tea.

Analisis Verifikatif

1. Korelasi Antara Kualitas Produk dengan Minat Beli

Tabel 6

Korelasi Kualitas Produk (X) dengan Minat Beli (Y)

Correlations			
		KUALITAS PRODUK	MINAT BELI
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	1	.117
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
MINAT BELI	Pearson Correlation	.117	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 6 diketahui hasil korelasi antara kualitas produk dengan minat beli nilai sig. $0.000 < \alpha 0.05$ dan nilai korelasinya 0,117. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya korelas antara kualitas produk dengan minat beli dimana tingkat hubungan korelasi lemah.

2. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas produk (X) terhadap Minat Beli (Y)

Tabel 7

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat beli

Variabel	Interpretasi analisis jalur	perhitungan	Besarnya pengaruh
Kualitas produk	Pengaruh Langsung ke Y	$0,117^2$	0,013
	Pengaruh Tidak Langsung ke Y	$0,117 \times 0,117$	0,013
Jumlah			0,026
Total pengaruh			0,026
Pengaruh variabel lain			0,974

Sumber : Pengolahan data SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 7 diatas menunjukkan bahwa total pengaruh yang disebabkan oleh kualitas produk terhadap minat beli yaitu sebesar 0,026 atau 2,6%. Adapun pengaruh variabel lain diluar model adalah $1 - 0,026 = 0,974$ atau 97,4%.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.117 ^a	.026	-.007	3.626
a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK				

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,026 atau 2,6%. Artinya bahwa Kualitas Produk (X) memiliki kontribusi terhadap Minat Beli (Y) sebesar 2,6%, sedangkan sisanya 0,974 atau 97,4% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti.

4. Uji t

Tabel 9
Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	44.027	2.528		17.418	.000
	Kualitas produk	.023	.062	.054	.377	.000
a. Dependent Variable: Minat beli						
Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2023						

Berdasarkan tabel 9 hasil uji t, t hitung 0,377 < t tabel 1,677 dan nilai sig. 0.000 < α 0.05 dapat diartikan bahwa Kualitas Produk (X) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y).

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa simpulan yang dapat diperoleh dari penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Elumor tea, sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas produk memiliki total skor sebesar 2.191 dan nilai rata – rata sebesar 219,1 dimana variabel Kualitas Produk berada pada tentang skala 210,1 – 250 yaitu sebesar 219,1 berada pada kriteria sangat setuju. Artinya Kualitas produk Elumor Tea secara umum dinilai sangat baik oleh responden sebagai konsumen Elumor Tea.
2. Variabel Minat Beli memiliki total skor sebesar 2.246 dan nilai rata – rata sebesar 224,6 yang berada pada tentang skala 210,1 – 250 yaitu sebesar 224,6 berada pada kriteria sangat setuju. Artinya Minat Beli produk Elumor Tea secara umum dinilai sangat baik oleh responden sebagai konsumen Elumor Tea.
3. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli Elumor Tea dimana diperoleh hasil total pengaruh yaitu sebesar 0,026 atau 2,6%. Adapun pengaruh yang diberikan oleh variabel lain yang tidak diteliti yaitu sebesar 0,974 atau 97,4%.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. N., & Jamiat, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Nature Republic. *International Journal of ...*, 8(2), 1440–1449.
- Ellysa Rahma Santi¹, A. S. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN, DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS PADA SATE TAICHAN BANJAR D'LICIOUS) Ellysa. *Operations & Supply Management, 12th Edition*, 2(1), 51–60.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset*, 4(3), 415–424.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Analisis pengaruh brand image, harga, kualitas, produk, dan daya tarik promosi terhadap minat beli ulang konsumen batik pekaloangan(studi pada pasar grosir setono batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31.
- Hilmawan, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario Di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 3 (3), 154–166.
- Karundeng, N., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. F. C. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu

- Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 83.
- Milansari, H., Silmi, M. A., Vhegi, S., & Supriadi, I. (2021). a. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Sweetin. *Inovasi Manajemen Dan Kebijakan Publik*, 4(1), 1.
- Prakarsa, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen di Optic Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(1), 1.
- Sari, R. K., & Hariyana, N. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Dan Kepuasan Pelanggan Online Shopping Pada Remaja Di Situbondo. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 107–116.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.
- Susanto, Y., & Realize, R. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Ndexindo Mandiri Indonesia. *ECo-Buss*, 5(2), 508–518.
- Wiguna, I. G. N. A. D., Agustina, M. D. P., & Tratintya, M. A. P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Orphanet Journal of Rare Diseases*, 2(2), 486–492.