

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN DODOL PULUT RIA DI KECAMATAN TANJUNG PURA

Oleh

Adek Puja Wiyanda¹, Thursina Mahyuddin², Hanisah³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Samudra

Email: ¹adekpujaw@gmail.com

Article History:

Received: 17-06-2025

Revised: 30-06-2025

Accepted: 20-07-2025

Keywords:

Dodol Pulut, Buying

Interest, Consumers

Abstract: This research was conducted at Ria's dodol pulut business in Tanjung Pura District. This aim was carried out to analyze the influence of product quality, price, distribution and promotion on consumer buying interest in dodol pulut Ria in Tanjung Pura District. The research method used in this research is the survey method. This research uses a causal research design. The sampling technique uses accidental sampling. The number of research respondents was 40 consumers interested in Dodol Pulut Ria. The data used in this research are primary data and secondary data. The data analysis technique used is Multiple Linear Regression. Data processing was carried out using the SPSS Program Version 23. The results of this research show that product quality, distribution and promotion have a significant effect on consumer buying interest in dodol pulut Ria in Tanjung Pura District and the price variable does not have a significant influence on consumer buying interest in dodol pulut Ria in Tanjung District Temple.

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting pada saat ini sejalan dengan semakin tinggi dan bertambahnya kebutuhan dan keinginan masyarakat akan produk-produk yang berkualitas. Produsen saling berlomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Suatu perusahaan harus dapat bersaing dengan perusahaan lainnya agar perusahaan tersebut bisa bertahan dan di sisi lain perusahaan juga harus mengerti apa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen akan merasa terpuaskan.

Perusahaan makanan dan minuman saat ini bersaing dalam hal kualitas produk seperti citarasa. Dengan kualitas produk yang tinggi, konsumen juga akan merasa tertarik terhadap produk tersebut dan memutuskan untuk melakukan pembelian. Kualitas produk biasanya berbanding lurus dengan keputusan. Pembelian konsumen terhadap suatu produk. Kualitas produk menjadi perhatian utama pengusaha agar dapat mempertahankan omset penjualan dan kesetiaan konsumen.

Dodol adalah jenis makanan ringan yang dapat langsung dimakan tanpa mengalami dehidrasi dan bentuknya tidak begitu basah atau relatif kering, sehingga dapat disimpan untuk jangka waktu lama. Jenis makanan ringan ini mengandung bahan-bahan makanan alami seperti karbohidrat dan protein, serta menawarkan kepraktisan dan keefisienan dalam

penyajian dengan berbagai cita rasa manis, gurih dan legit, serta aroma, bentuk, kemasan yang khas sehingga memberikan peluang kepada konsumen dari berbagai kalangan untuk mengkonsumsinya (Margareta, 2013).

Dodol pulut sudah menjadi oleh-oleh khas Tanjung Pura yang wajib dibawa oleh orang-orang yang berasal dari luar Kecamatan Tanjung Pura. Usaha dodol pulut Ria tersebut menjadi salah satu usaha dodol pulut yang paling ramai dan paling besar diantara usaha dodol pulut lainnya. Semakin bertambahnya penggemar dodol pulut Ria di Kecamatan Tanjung Pura dibarengi dengan tumbuhnya usaha-usaha dodol pulut lainnya menyebabkan persaingan usaha sejenis semakin ketat.

Konsumen memiliki minat membeli suatu produk yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dan berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Kebutuhan dapat berupa kebutuhan pribadi, keluarga, pekerjaan, dan kebutuhan lainnya. Dalam melakukan rencana pembelian, konsumen dihadapkan kepada berbagai pilihan terkait jenis produk, kualitas produk, merek, tempat dan pilihan lainnya. Oleh karena itu konsumen sering menghadapi kebingungan untuk memilih produk, sehingga sebelum melakukan pembelian konsumen harus memikirkan produk apa yang akan dibelinya.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap Dodol Pulut Ria. Dalam penelitian ini akan dianalisis pengaruh kualitas produk, harga, distribusi, promosi terhadap minat beli konsumen. Sedangkan faktor lain dianggap tetap (*ceteris paribus*).

MATERI DAN METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiono (2014), metode *survey* merupakan metode yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif distribusi dan hubungan-hubungan antar variabel kualitas produk, harga, distribusi dan promosi.

Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu instrument dikatakan valid jika bisa mengukur variabel yang diharapkan bisa mendapatkan yang di teliti secara tepat. Instrument yang valid menggambarkan alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data dalam mengukur itu valid. Valid berarti instrument dapat dipakai untuk mengukur variabel yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, 2019 Uji Reliabilitas adalah konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliable, tidak dapat diproses lebih lanjut karena menghasilkan kesimpulan yang bias. Suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut hasil-hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan setelah Uji Validitas dan diuji merupakan pernyataan atau pertanyaan yang sudah valid. Cronbach's alpha yang besarnya antara 0,50 – 0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitas.

Uji Asumsi Klasik

1) Uji normalitas

Uji normalitas digunakan dalam penelitian ini untuk menguji apakah model regresi pada variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Peneliti ingin menggunakan metode yang lebih handal dalam menguji data yang mempunyai distribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat pada *normal probability plot*. *Normal probability plot* Merupakan data distribusi kumulatif yang sesungguhnya dibandingkan dengan data distribusi normal (Ghozali, 2016). Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik *normal probability plot*.

2.) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent (Ghozali, 2018). Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *variance inflation factor* (VIF).

3.) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu melalui pengujian dengan menggunakan scatter plot antara *SRESID* dan *ZPRED*, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah *di-standardized*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda merupakan model regresi yang menggunakan lebih dari satu variabel independent. Analisis Regresi Linier Berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas Kualitas produk (X_1), Harga (X_2), Distribusi (X_3) dan Promosi (X_4) terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli Konsumen Dodol Pulut Ria di Kecamatan Tanjung Pura. Berikut adalah persamaan analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

Y = Minat beli konsumen

a = Konstanta

$b_1...b$ = Koefisien Regresi

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

X_3 = Distribusi

X_4 = Promosi

e = Standar Error

Dalam penelitian ini akan dijabarkan langkah-langkah dalam uji hipotesis sebagai berikut:

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan dengan tujuan untuk dapat mengukur seberapa jauh

kemampuan model yang menjelaskan variasi variabel dependen yang dapat dilihat dari *Adjusted R Square*. Nilai pada koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$) (Ghozali, 2016).

2) Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

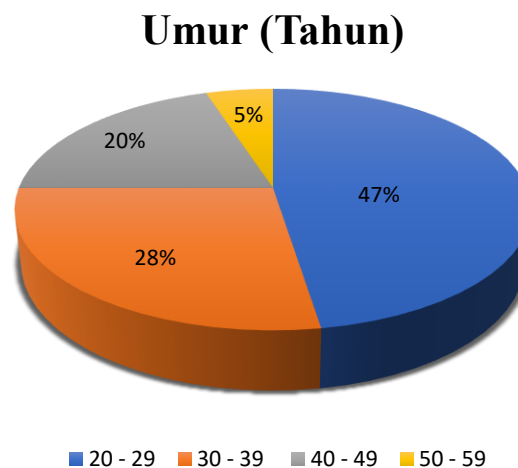
Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk melihat apakah variabel independen yaitu Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Distribusi (X_3) dan Promosi (X_4) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu Minat Beli Konsumen Dodol Pulut Ria di Kecamatan Tanjung Pura. Untuk melakukan pengujian dengan *Software IBM spss Statistic 2023*. Uji F dengan taraf signifikan sebesar 5%.

3) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Distribusi (X_3) dan Promosi (X_4) benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (Minat Beli Konsumen). Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan *Software IBM SPSS Statistic 2023* agar pengukuran data yang dilakukan lebih valid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

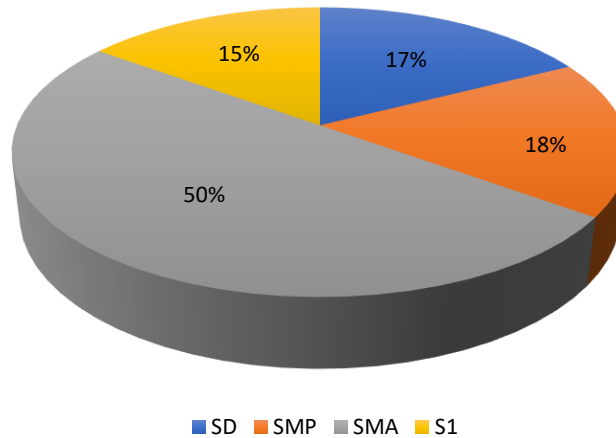


Gambar 2. Umur Responden Konsumen Dodol Pulut Ria

Sumber: Lampiran 2

Pada gambar di atas dapat dilihat sebaran umur responden 20-29 tahun sebanyak 19 orang, umur 30-39 tahun sebanyak 11 orang, umur 40-49 tahun sebanyak 8 orang dan umur 50-59 tahun sebanyak 2 orang. Berdasarkan sebaran umur konsumen menunjukkan bahwa dodol pulut Ria diminati konsumen dari hampir semua golongan umur.

Pendidikan Terakhir

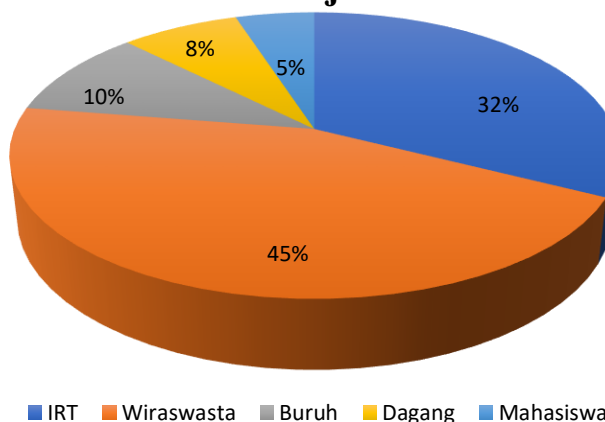


Gambar 3. Pendidikan Responden Konsumen Dodol Pulut Ria

Sumber : Lampiran 2

Pendidikan responden konsumen dodol pulut Ria tersebar mulai jenjang Pendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD) sampai dengan Sarjana (S1). Sebaran jenjang pendidikan responden SD sebanyak 7 orang, Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebanyak 7 orang, Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 20 orang dan Sarjana (S1) sebanyak 6 orang. Hal ini menunjukkan dodol pulut Ria diminati konsumen pada hampir semua tingkat pendidikan, mulai dari pendidikan SD sampai S1.

Pekerjaan

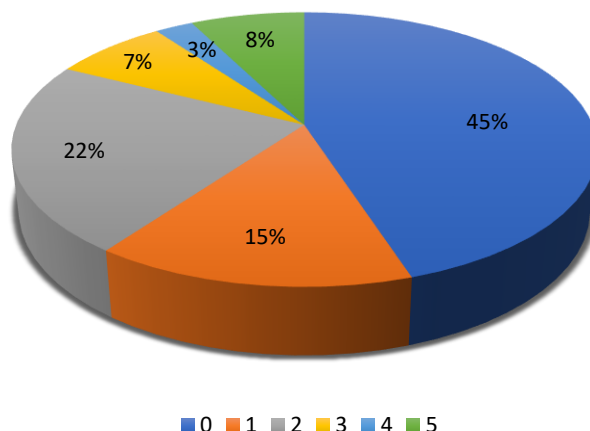


Gambar 4. Pekerjaan Responden Konsumen Dodol Pulut Ria

Sumber : Lampiran 2

Konsumen dodol pulut Ria memiliki berbagai jenis pekerjaan. Sebaran jenis pekerjaan responden sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 13 orang, wiraswasta sebanyak 18 orang, Buruh sebanyak 4 orang, pedagang sebanyak 3 orang dan mahasiswa sebanyak 2 orang.

Jumlah Tanggungan Keluarga (Orang)



Gambar 5. Jumlah Tanggungan Responden Konsumen Dodol Pulut Ria

Sumber : Lampiran 2

Konsumen dodol pulut Ria memiliki tanggungan keluarga antara 0 s/d 5 orang. Sebaran responden dengan jumlah tanggungan 0 orang (tidak ada tanggungan) sebanyak 18 responden, 1 orang sebanyak 6 responden, 2 orang sebanyak 9 responden, 3 orang sebanyak 3 responden, jumlah tanggungan 4 orang sebanyak 1 responden dan 5 orang sebanyak 3 responden. Hal ini menunjukkan jumlah tanggungan keluarga tidak terlalu mempengaruhi konsumen dodol pulut Ria.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Tabel 6. Nilai Signifikansi Hasil Uji validitas Pernyataan Faktor Kualitas Produk (X₁)

Instrumen	K1	K2	K3	K4	P5
K1		0,011	0,02	0,005	0,007
K2	0,011		0,006	0,029	0,027
K3	0,02	0,006		0,003	0,032
K4	0,005	0,029	0,003		0,039
K5	0,007	0,027	0,029	0,039	

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan faktor kualitas produk memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, maka semua pernyataan faktor kualitas produk dinyatakan valid digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Tabel 7. Nilai Signifikansi Hasil Uji Validitas Pernyataan Faktor Harga (X₂)

Instrumen	H1	H2	H3	H4	H5
H1		0,018	0,038	0,011	0,039
H2	0,018		0,034	0,043	0,049
H3	0,038	0,034		0,038	0,045
H4	0,012	0,043	0,048		0,043
H5	0,039	0,047	0,045	0,033	

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan faktor harga memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, maka semua pernyataan faktor harga dinyatakan valid digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Tabel 8. Nilai Signifikansi Hasil Uji Validitas Pernyataan Faktor Distribusi (X_3)

Instrumen	D1	D2	D3	D4	D5
D1		0,049	0,0461	0,025	0,042
D2	0,048		0,042	0,036	0,019
D3	0,046	0,022		0,029	0,004
D4	0,025	0,036	0,029		0,018
D5	0,029	0,019	0,004	0,018	

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan faktor distribusi memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, maka semua pernyataan faktor distribusi dinyatakan valid digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Tabel 9. Nilai Signifikansi Uji Validitas Pernyataan Faktor Promosi (X_4)

Instrumen	P1	P2	P3	P4	P5
P1		0,007	0,035	0,049	0,014
P2	0,007		0,011	0,013	0,049
P3	0,034	0,011		0,002	0,04
P4	0,049	0,013	0,002		0,000
P5	0,014	0,047	0,04	0,000	

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan faktor promosi memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, maka semua pernyataan faktor promosi dinyatakan valid digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Tabel 10. Nilai Signifikansi Hasil Uji Validitas Pernyataan Variabel Minat Beli (Y)

Instrumen	Minat beli1	Minat beli2	Minat beli3	Minat beli4	Minat beli5
Minat beli1		0,049	0,001	0,000	0,046
Minat beli2	0,049		0,000	0,001	0,000
Minat beli3	0,001	0,000		0,001	0,000
Minat beli4	0,000	0,001	0,001		0,001
Minat beli5	0,046	0,000	0,000	0,001	

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan variabel minat beli memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, maka semua pernyataan variabel minat beli dinyatakan valid digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Hasil uji reliabilitas pernyataan variabel bebas dan terikat dapat dilihat pada tabel berikut;

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Faktor Kualitas produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,705	5

Sumber: Lampiran 9

Karena pernyataan kualitas diperoleh nilai *Alpha Cronbach* signifikansi reliabilitas sebesar $0,705 > 0,6$, maka disimpulkan bahwa semua pernyataan faktor kualitas dinyatakan reliabel.

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Faktor Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,639	5

Sumber: Lampiran 9

Karena semua pernyataan faktor harga diperoleh nilai *Alpha Cronbach* signifikansi reliabilitas sebesar $0,639 > 0,6$, maka disimpulkan bahwa semua pernyataan faktor harga dinyatakan reliabel.

Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Faktor Distribusi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,661	5

Sumber: Lampiran 9

Karena semua pernyataan faktor distribusi diperoleh nilai *Alpha Cronbach* signifikansi reliabilitas sebesar $0,661 > 0,6$, maka disimpulkan bahwa semua pernyataan faktor distribusi dinyatakan reliabel.

Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Faktor Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,716	5

Sumber: Lampiran 9

Karena semua pernyataan faktor promosi diperoleh nilai *Alpha Cronbach* signifikansi reliabilitas sebesar $0,716 > 0,6$, maka disimpulkan bahwa semua pernyataan faktor promosi dinyatakan reliabel.

Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Variabel Minat Beli

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,765	5

Sumber: Lampiran 9

Karena semua pernyataan variabel minat beli diperoleh nilai *Alpha Cronbach* signifikansi reliabilitas sebesar $0,765 > 0,6$, maka disimpulkan bahwa semua pernyataan variabel minat beli dinyatakan reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

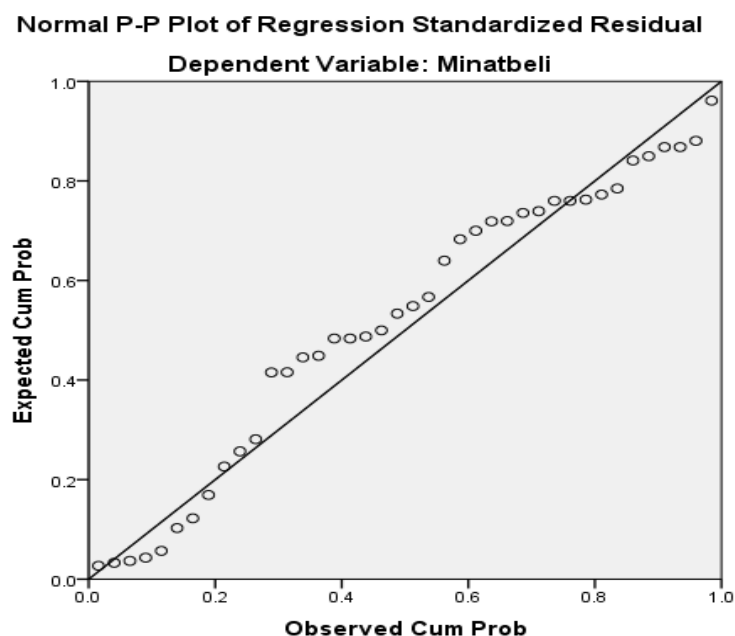
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov (K-S)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test						
		Minatbeli	Kualitas	Harga	Distribusi	Promosi
N		40	40	40	40	40
Normal	Mean	3.7050	3.5600	3.6400	3.5600	3.3600

Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	.43674	.40051	.50879	.37947	.51679
Most	Absolute	.200	.150	.244	.189	.169
Extreme	Positive	.200	.150	.190	.189	.169
Differences	Negative	-.016	-.014	-.024	-.014	-.013
Test Statistic		.200	.150	.244	.189	.169
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^c	.067 ^c	.074 ^c	.054 ^c	.055 ^c

Sumber: Lampiran 10

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05 maka dinyatakan data berdistribusi normal. Untuk pengujian normalitas data kedua dalam penelitian ini dapat di lihat dari analisis grafik yang di hasilkan melalui perhitungan menggunakan *SPSS versi 2023*.



Gambar 6. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Lampiran 10

Dari grafik di atas terlihat sebaran data mengikut garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 17. Hasil Uji Multikolinieritas

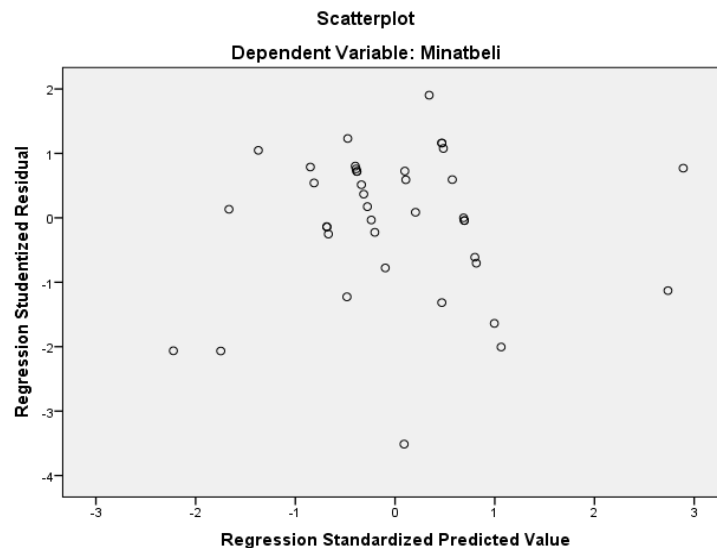
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas	0,166	6,028
	Harga	0,935	1,070
	Distribusi	0,207	4,821
	Promosi	0,175	5,714

Sumber: Lampiran 10

Tabel di atas menjelaskan nilai VIF untuk semua variabel bebas < 10 dan nilai *tolerance*

> 0,10, hal ini menunjukkan bahwa model tidak terdapat gejala multikolinearitas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

Uji Heteroskedastesitas



Gambar 7. Scater Plot

Sumber: Lampiran 10

Gambar di atas menjelaskan bahwa tidak ada pola yang jelas dan sebaran data berada di bawah dan di atas angka 0, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedatitas pada data hasil penelitian.

4.7. Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

4.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis linier berganda diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = 0,069 + 0,646 X_1 - 0,017 X_2 + 0,163 X_3 + 0,243 X_4$$

Dengan interpretasi sebagai berikut:

- Jika faktor kualitas produk (X_1), harga (X_2), distribusi (X_3) dan promosi (X_4) tidak berubah (konstan), maka minat beli konsumen dodol pulut Ria akan tetap sebesar 0,069 skor.
- Koefisien regresi faktor kualitas produk (X_1) sebesar 0,646 menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai faktor kualitas produk sebesar 1 skor maka minat beli konsumen dodol pulut Ria meningkat sebesar 0,646 skor.
- Koefisien regresi faktor harga (X_2) sebesar -0,017 menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai faktor harga sebesar 1 skor maka minat beli konsumen dodol pulut Ria menurun sebesar 0,017 skor.
- Koefisien regresi faktor distribusi (X_3) sebesar 0,163 menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai faktor distribusi sebesar 1 skor maka minat beli konsumen dodol pulut Ria meningkat sebesar 0,163 skor.
- Koefisien regresi faktor promosi (X_4) sebesar 0,243. Menunjukkan bahwa setiap kenaikan nilai faktor promosi sebesar 1 skor maka minat beli konsumen dodol pulut Ria meningkat sebesar 0,243 skor.

4.7.2 Uji Hipotesis1. Uji Pengaruh Simultan (*Uji F*)**Tabel 18. Hasil *Uji F* (Pengaruh Simultan) menggunakan *Software SPSS Versi 2023***
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7,192	4	1,798	255,309	0,000
Residual	0,247	35	0,007		
Total	7,439	39			

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan hasil pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa model persamaan ini mempunyai tingkat signifikansi senilai 0,000 dimana nilai ini < signifikansi 0,05 yang artinya bahwa semua variabel independen meliputi variabel kualitas produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen dodol pulut Ria di Kecamatan Tanjung Pura.

2. Uji Parsial (*Uji t*)**Tabel 19. Hasil *Uji t* menggunakan *Software SPSS Versi 2023***

Variabel Bebas	Sig.
Kualitas Produk (X_1)	0,000
Harga (X_2)	0,532
Distribusi (X_3)	0,043
Promosi (X_4)	0,000

Sumber: Lampiran 11

3. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 20. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Menggunakan *Software SPSS 2023*

Model Summary			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,983 ^a	0,967	0,963
			Std. Error of the Estimate
			0.08392

Sumber : Lampiran 11

Hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,963, artinya bahwa faktor kualitas produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen dodol pulut Ria di Kecamatan Tanjung Pura sebesar 96,3%, Sisanya sebesar 3,7% dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti lokasi dan pelayanan.

KESIMPULAN

1. Secara simultan variabel faktor kualitas produk, harga, distribusi dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dodol pulut Ria di Kecamatan Tanjung Pura.
2. Secara parsial faktor kualitas produk, distribusi dan promosi berpengaruh signifikan, sedangkan faktor harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dodol pulut Ria di Kecamatan Tanjung Pura.

REFERENSI

- [1] Ahmad N. D. Nugrah, Rozalina, Thursina Mahyuddin. 2022. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Sayuran Hidroponi Di UD. Aceh Hidroponik Kecamatan Karang Baru. *Jurnal Inovasi Penelitian Volume 4 Nomor 3 September 2022*.
- [2] Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- [3] Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- [4] Bhima dan Suharnomo. 2015. Analisis Pengaruh Promosi, Word Of Mouth dan Brand Awareness terhadap Minat Beli pada Coffee Groove Semarang. DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 4, Nomor 1, Tahun 2015, Halaman 1-10 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.ISSN (Online): 2337-3792
- [5] Badan Pusat Statistik kecamatan Tanjung Pura Dalam Angkat 2023.s
- [6] Daniel Dama. 2016. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Laptop Acer Di Toko Lestari Komputer Manado*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Volume 16 No. 01
- [7] Dara M. I, Cut Gustiana, Thursina Mahyuddin, K M Zain. 2022. [Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Tanaman Hias Sri Rezeki \(aglaonema sp.\) di Desa Bangun Sari Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang](#), Prosiding Seminar Nasional Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Samudra, Volume 4 Nomor 1. Langsa, Aceh
- [8] Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [9] Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [10] Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 9. Jakarta: Erlangga.
- [11] Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran, edisi 15*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- [12] Margareta, P. 2013. *Eksperimen Pembuatan Dodol Ganyong Komposit Dengan Tepung Ketan Putih Penambahan Sari Buah Parijoto [Skripsi]*. Semarang (ID): Fakultas Teknik. Universitas Negeri Semarang.
- [13] Michael Khrisna Aditya. 2019. *Analisis Minat Beli Minuman Kopi Melalui Aplikasi Fore Coffee. Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti*. Jakarta
- [14] Nulufi , K dan Murwatiningsih. 2015. *Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Citra Merek dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Batik di Pekalongan*. Pekalongan.
- [15] Pakpahan, Manuntun. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Medan: CV. Rural Development Service.
- [16] Pramelani. 2020. Faktor Ketertarikan Minuman Kopi Kekinian terhadap Minat Beli Konsumen Kalangan Muda. Managament Insight: *Jurnal Ilmiah Manajemen* ISSNVolume 15, No 1, April 2020: 121-129 1978-3884 (Printed)DOI: <https://doi.org/10.33369/insight.15.1.121-129> 2685-6654 (Online)Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
- [17] Pramono. 2012. *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.

- [18] Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- [19] Shahnaz, Nanda B. F dan Wahyno. 2016. Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal*
- [20] Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN