

ABSTRAK

Solihah, Raidatus. 2025. Pengaruh Kualitas dan Variasi terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang. Skripsi, Prodi Ekonomi, Fakultas Sosial Dan Humaniora, Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo. Pembimbing: Fahrudin, M.M.

Kata kunci : Kualitas Produk, Variasi Produk, Minat Beli

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas dan variasi produk terhadap minat beli konsumen pada usaha Green Argopuro. Penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu variabel kualitas dan variasi produk sebagai variabel independen sedangkan variabel minat beli sebagai variabel dependen. Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperjelas sejauh mana kedua faktor tersebut mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian di Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif kausal. Jenis penelitian yang digunakan untuk menyelidiki hubungan sebab-akibat antar variabel. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 60 responden yang merupakan konsumen Green Argopuro Kecamatan Sumbermalang. Pemilihan sampel didasarkan pada kriteria tertentu, yaitu konsumen yang pernah membeli di Green Argopuro, wilayah dan usia konsumen, teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner virtual dan wawancara. Data yang diperoleh kemudian di analisis dengan menggunakan SPSS 22, melalui berbagai uji statistik, antara lain uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi berganda. Serta pengujian hipotesis yang berupa uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis, pada variabel kualitas di peroleh nilai t hitung sebesar 2,937 dan t tabel sebesar 2,002, yang berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, dan tingkat signifikansinya $0,004 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa minat beli konsumen dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh kualitas produk secara parsial. Begitu pula dengan variabel variasi produk, yang memiliki nilai t hitung sebesar 5,507 yang lebih besar dari t tabel sebesar 2,002 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga menunjukkan bahwa variasi produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen. Secara simultan, variabel kualitas dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai f hitung sebesar $74,371 > f \text{ tabel}$ sebesar 3,16 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang kurang dari 0,05. Selain itu nilai R Square sebesar 72,3%, yang menunjukkan bahwa secara bersamaan kualitas dan variasi produk mempengaruhi minat beli sebesar 72,3%.