

## **Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Produk, Dan *Customer Review* Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus: Pinrio Merchandise)**

Dika Anjasmara Setyaningrum<sup>1</sup>, Edi Purwanto<sup>2</sup>, Agus Triatmono<sup>3</sup>

STIE Wijaya Mulya

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) Terhadap Minat Beli ( $Y$ ) Konsumen di Pinrio Merchandise. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif menggunakan regresi linier berganda yang dianalisis menggunakan software IBM SPSS versi 26 *for windows*, sedangkan hasil persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 3.336 + 0.331 X_1 + 0.206 X_2 + 0.321 X_3 + e$ . Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan populasi dari penelitian ini adalah konsumen Pinrio Merchandise sebanyak 50 konsumen. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Yamane sebanyak 44 konsumen. Menggunakan teknik probability sampling dengan jenis simple random sampling. Berdasarkan pada uji instrument penelitian menyatakan bahwa semua data valid dan reliabel. Berdasarkan uji t menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ )  $t_{hitung} (2,377) > t_{tabel} (2.023)$ , maka hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Minat Beli ( $Y$ ). Variabel Daya Tarik Produk ( $X_2$ )  $t_{hitung} (2,156) > t_{tabel} (2.023)$ , maka hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Minat Beli ( $Y$ ). Variabel *Customer Review* ( $X_3$ )  $t_{hitung} (2,868) > t_{tabel} (2.023)$ , maka hipotesis diterima yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Minat Beli ( $Y$ ). Hasil Uji F diperoleh  $F_{hitung} (39,433) > F_{tabel} (2,61)$ , maka  $H_0$  ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ ). Dari ketiga variabel independen yang paling dominan adalah Kualitas Produk ( $X_1$ ). Dari uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) diperoleh hasil sebesar 0,728 atau 72,8% membuktikan bahwa variabel Minat Beli ( $Y$ ) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ). Dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata kunci:** kualitas produk, daya tarik produk, customer review, minat beli

### **Abstract**

This study aims to determine the variables of Product Quality ( $X_1$ ), Product Attractiveness ( $X_2$ ), and Customer Review ( $X_3$ ) on Consumer Purchase Interest ( $Y$ ) at Pinrio Merchandise. This study uses a quantitative research type using multiple linear regression analyzed using IBM SPSS software version 26 for windows, while the results of the regression equation obtained are  $Y = 3.336 + 0.331 X_1 + 0.206 X_2 + 0.321 X_3 + e$ . The data used are primary data using the population of this study are Pinrio Merchandise consumers as many as 50 consumers. The number of samples taken in this study using the Yamane formula as many as 44 consumers. Using probability sampling techniques with simple random sampling types. Based on the research instrument test, it states that all data is valid and reliable. Based on the t test, it shows that the Product Quality variable ( $X_1$ ) t count (2.377) > t tabel (2.023), then the

hypothesis is accepted which means there is a partial and significant influence on Purchase Interest (Y). Product Attractiveness Variable (X2)  $t_{count} (2.156) > t_{tabel} (2.023)$ , then the hypothesis is accepted which means there is a partial and significant influence on Purchase Interest (Y). Customer Review Variable (X3)  $t_{count} (2.868) > t_{tabel} (2.023)$ , then the hypothesis is accepted which means there is a partial and significant influence on Purchase Interest (Y). The results of the F Test obtained  $F_{count} (39.433) > F_{tabel} (2.61)$ , then  $H_0$  is rejected which means there is a simultaneous and significant influence of the Product Quality (X1), Product Attractiveness (X2), and Customer Review (X3) variables on Purchase Interest (Y). Of the three independent variables, the most dominant is Product Quality (X1). From the determination coefficient test ( $R^2$ ), the results obtained were 0.728 or 72.8% proving that the Purchase Interest (Y) variable is influenced by the Product Quality (X1), Product Attractiveness (X2), and Customer Review (X3) variables. Influenced by other factors.

**Keywords:** *product quality, product appeal, customer review, purchase interest.*

Copyright (c) 2019 Dika Anjasmara Setyaningrum, Edi Purwanto, Agus Triatmono

✉ Corresponding author :

Email Address : [dikaanjasmaras@outlook.com](mailto:dikaanjasmaras@outlook.com)

## PENDAHULUAN

Di era bisnis saat ini, persaingan bisnis di Indonesia sangat ketat, dan setiap organisasi terus berupaya untuk mengembangkan pangsa pasarnya dan mendapatkan pelanggan baru (Agustina et al., 2019). Bisnis percetakan merupakan salah satu usaha jasa yang memegang peranan penting dalam penyediaan barang dan jasa. Percetakan merupakan industri yang berhubungan dengan perkembangan teknologi cetak dan cetak gambar atau media cetak lainnya dengan menggunakan mesin cetak.

Dikutip dari laman [doxapest.co.id](http://doxapest.co.id), jumlah masyarakat yang membutuhkan jasa percetakan semakin hari semakin bertambah dan ini merupakan peluang yang sangat besar karena pembeli atau pasar juga semakin terbuka lebar. Untuk memasarkan dan mengenalkan produknya kepada para pelanggan, organisasi di masa sekarang perlu melakukan promosi, dan di sisi lain, banyak organisasi membutuhkan properti yang sesuai untuk mendukung suatu acara. Barang-barang percetakan yang dibutuhkan oleh pelanggan antara lain: kartu identitas, tali, gantungan kunci, spanduk, mug, tas sekolah, dan lain-lain. Pinrio Product merupakan salah satu perusahaan percetakan yang cukup terkenal di Independent City, berdiri pada tahun 2016. Produk awal yang dijual di Pinrio Product adalah pin dan gantungan kunci custom. Kemudian seiring berjalannya waktu Pinrio Product membuat berbagai produk dan layanan dengan menggunakan pencetakan sublimasi cangkih, pemotongan laser, dan flatbed UV.

Beberapa produk Pinrio Product memiliki banyak penggemar dan tingkat penjualannya meningkat pada tahun 2022-2023. Produk tali, kartu identitas, dan mug cantik merupakan produk yang sangat diminati karena perusahaan ini selalu berupaya memberikan kualitas produk yang baik. Namun, pada tahun tersebut Pinrio Product juga mengalami penurunan penjualan.



**Gambar 1.** Informasi Penawaran Produk Pinrio, 2024

Dari gambar 1, terlihat bahwa telah terjadi penawaran yang fluktuatif dari naik turunnya diagram bisnis beberapa item di Pinrio Product selama 1 tahun terakhir dari Maret 2023 hingga Februari 2024. Karena banyaknya perusahaan administrasi percetakan di Kota Mandiri, tentu saja Pinrio Product akan menghadapi persaingan yang sangat ketat.

Upaya untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk saat ini bukanlah pilihan, tetapi kebutuhan yang tidak dapat disangkal bagi perusahaan untuk bertahan (Juniar, t.t.). Pinrio Product pada dasarnya berupaya untuk membuat dan membangun produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan secara konsisten memberikan kualitas produk yang tak tertandingi dibandingkan perusahaan percetakan lainnya. Pinrio Product harus mampu memikirkan berbagai penawaran produk dan prosedur pemasaran untuk bersaing dan memberikan berbagai kebutuhan konsumen serta menarik pembeli baru.

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat beli konsumen, salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas barang menurut Kotler dan Armstrong (2004:292) dalam (Firmansyah, 2019:15) adalah kemampuan suatu barang untuk menunjukkan kemampuannya, hal ini mencakup secara umum kekokohan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan ketepatan barang serta nilai-nilai barang lainnya.

Selain kualitas barang, promosi barang juga mempengaruhi minat beli pembeli. Permintaan barang merupakan faktor yang membuat barang tersebut menarik dan menarik perhatian pembeli. Agar pembeli tertarik untuk membeli suatu barang, barang tersebut harus lebih baik dan memiliki klaim mengenai kualitas, desain, bentuk, ukuran, pengemasan, garansi (Yulianti et al., 2019:100).

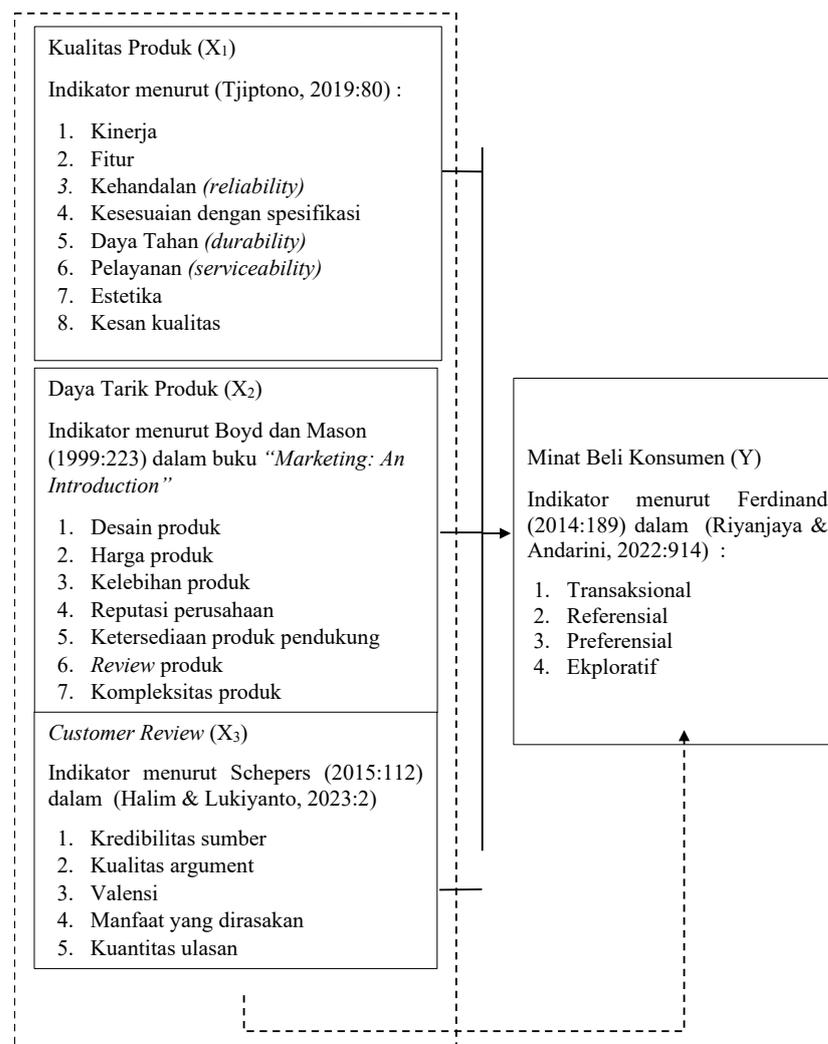
Survei pelanggan juga dapat mempengaruhi minat beli pelanggan. Survei pelanggan merupakan anggapan pembeli terhadap informasi barang dan ulasan menurut berbagai sudut pandang. Pembeli memperoleh informasi melalui survei dan pengalaman pembeli lain setelah mereka membeli suatu barang (Waluyo dan Trishananto, 2022:105). Pada saat konsumen memilih untuk membeli barang dalam jumlah besar dan berulang-ulang. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas barang dan permintaan barang sehingga konsumen memberikan ulasan yang baik, sehingga meningkatkan minat konsumen untuk membeli barang yang akan dibeli tanpa perlu berpikir panjang untuk membeli barang tersebut. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Maulana dan Sukresna, 2022) bahwa kualitas barang, loyalitas konsumen dan komunikasi secara signifikan mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh (Yudiawan, 2022) bahwa daya tarik dan promosi secara signifikan mempengaruhi minat beli konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Pinrio Merchandise?
2. Apakah daya tarik produk memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Pinrio Merchandise?
3. Apakah customer review memiliki pengaruh parsial dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Pinrio Merchandise?
4. Apakah kualitas produk, daya tarik produk, dan customer review secara simultan dan signifikan memengaruhi minat beli konsumen di Pinrio Merchandise?
5. Di antara kualitas produk, daya tarik produk, dan customer review, faktor mana yang paling dominan memengaruhi minat beli konsumen di Pinrio Merchandise?

Kerangka pemikiran merupakan model yang menggambarkan alur atau hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Kerangka pemikiran dapat membantu penulis untuk mengembangkan hipotesis penelitian dan untuk menginterpretasikan hasil penilitan.

Pada Pinrio Merchandise dalam menjalankan usahanya perlu melakukan strategi promosi untuk meningkatkan penjualan melalui kualitas produk, daya tarik produk, dan *customer review* dapat memengaruhi minat beli konsumen. Serta perlu ada analisis faktor minat beli konsumen di Pinrio Merchandise untuk mengetahui faktor signifikan dari minat beli konsumen.

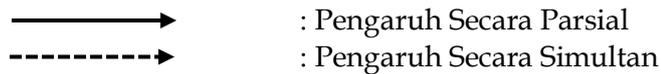


**Gambar 2.** Kerangka Pikir

Keterangan :

Variabel Independen : Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ )

Variabel Dependen : Minat Beli Konsumen (Y)



Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik (Sugiyono, 2019:99).

- H1 : Kualitas produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli konsumen.
- H2 : Daya tarik produk berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli konsumen.
- H3 : *Customer review* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli konsumen.
- H4 : Kualitas produk, daya tarik produk, dan *customer review* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap minat beli konsumen.
- H5 : Variabel kualitas produk yang berpengaruh dominan dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

## METODOLOGI

Penelitian ini diarahkan pada Produk Pinrio, kemudian pemeriksaan ini dilakukan mulai dari perencanaan usulan penelitian sampai dengan pelaksanaan laporan penelitian ini, tepatnya bulan Desember 2023 sampai dengan bulan Februari 2024.

### Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah spekulasi yang terdiri dari: subjek atau barang yang memiliki jumlah tertentu yang tidak sepenuhnya ditetapkan oleh para ahli untuk dipusatkan dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan hanya sekedar jumlah subjek atau barang yang dipertimbangkan, tetapi mencakup semua atribut atau sifat yang digerakkan oleh subjek atau barang tersebut (Sugiyono, 2019:130). Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah pembeli yang telah membeli barang di Pinrio Product sebanyak 50 pembeli.

### Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan kualitas yang dipindahkan oleh populasi tertentu. Dengan asumsi populasi tersebut sangat besar, dan para ilmuwan tidak dapat berkonsentrasi pada semuanya dalam kerangka berpikir itu, misalnya karena keterbatasan sumber daya, tenaga kerja, dan waktu, maka, pada saat itu, analisis dapat menggunakan tes yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2019:131). Contoh yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang telah melakukan pembelian di Pinrio Product. Jumlah tes yang diambil dalam tinjauan ini dengan rumus Yamane (Sugiyono, 2019:143):

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*), biasanya 5%

Jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 50 konsumen dan menggunakan *sampling error* 5%. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{50}{1+50(0,05)^2}$$

$$n = \frac{50}{1,125}$$

n = 44,44 dibulatkan menjadi 44 responden

### Metode Pengambilan sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan metode simple random sampling. Probability sampling adalah metode yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel. Simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan strata atau lapisan yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2019).

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner merupakan instrument untuk pengumpulan data, di mana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian, dan perilaku dari responden. Dalam kata lain, para peneliti dapat melakukan pengukuran bermacam-macam karakteristik dengan menggunakan kuesioner (Sugiyono, 2019:461). Kuesioner dibuat menggunakan google form yang disertai dengan alternatif jawaban, kemudian dibagikan kepada responden secara *online*.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2019:152) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda, dengan ketentuan sebagai berikut :

**Tabel 1.** Ketentuan Instrumen Pengukuran Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (ss)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RG)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2019:154)

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden kemudian melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji (Sugiyono, 2019:226).

Untuk penelitian ini menggunakan metode atau analisis:

#### 1) Uji Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati. Instrumen yang valid dan reliabel merupakan

syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel (Sugiyono, 2019:193).

Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrument yang akan digunakan untuk penelitian maka diperlukan pengujian instrument.

a) *Uji Validitas*

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana kuesioner yang digunakan dalam suatu penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan mengetahui kuesioner tersebut valid atau tidak valid. Menurut (Yamin, 2021:355) validitas menyatakan sejauh mana skor yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran yang ingin diukur. Suatu indikator yang memiliki validitas yang baik adalah indikator yang memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan pengukurannya.

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi pearson atau *pearson correlation*. Pengujian signifikan dilakukan dengan kriteria menggunakan  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan 0,05. Batas kriteria suatu instrument dikatakan valid, yaitu:

- 1) Apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item dinyatakan valid.
- 2) Apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item dinyatakan tidak valid. (Gunawan, 2019:5).

b) *Uji Reliabilitas*

Reliabilitas adalah ukuran kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner. Instrument yang reliabel menghasilkan data yang sama (Gunawan, 2019:24).

Dalam penelitian ini, reliabilitas kuesioner akan diuji menggunakan metode *Cronbach' Alpha*, yaitu nilai ketentuan yang digunakan untuk nilai *Cronbach' Alpha* > 0,6 (reliabel) dan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*).

2) *Uji Hipotesis*

a) *Uji t (Pengujian hipotesis statistik secara parsial)*

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen berpengaruh dalam menjelaskan variabel dependen (Yamin, 2021:218).

Langkah-langkah yang digunakan untuk melakukan pengujian ini:

1) Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ ,  $H_0$  diterima : artinya tidak ada pengaruh signifikan antara Kualitas Produk, Daya Tarik Produk, dan *Customer Review* secara parsial terhadap Minat Beli.

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ ,  $H_0$  ditolak : artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk, Daya Tarik Produk, dan *Customer Review* secara parsial terhadap Minat Beli.

2) Statistik pengujian adalah uji t dengan tingkat signifikan 5%, dengan rumus berikut:

$$t_{tabel} = \frac{\alpha}{2}; (n - k - 1) = \frac{0,05}{2}; (44 - 4 - 1) = 0,025 ; 39 = 2,023$$

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \text{ (Sugiyono, 2019:275)}$$

Keterangan:

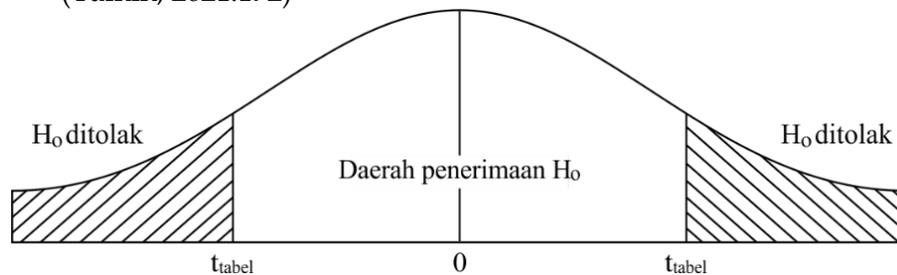
n = Jumlah Sampel

r = Nilai Korelasi Parsial

3) Kriteria Hipotesis

- a) Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk, Daya Tarik Produk, dan *Customer Review* secara parsial terhadap Minat Beli.
- b) Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk, Daya Tarik Produk, dan *Customer Review* secara parsial terhadap Minat Beli.

(Yamin, 2021:172)



4) Keputusan

Apabila nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variable X terhadap variable Y (variable independen berpengaruh terhadap variable dependen) atau sebaliknya.

b) Uji F (Pengujian hipotesis statistic secara simultan)

Uji F digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen yang masuk dalam model dapat menjelaskan variabel dependen (Yamin, 2021). Langkah-langkah yang digunakan untuk melakukan pengujian ini:

1) Hipotesis

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ , maka  $H_0$  diterima : artinya tidak ada pengaruh antara Kualitas Produk, Daya Tarik Produk, dan *Customer Review* secara simultan dan signifikan terhadap Minat Beli.

$H_a: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 > 0$ , maka  $H_0$  ditolak : artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Produk, Daya Tarik Produk, dan *Customer Review* secara simultan dan signifikan terhadap Minat Beli.

2) Statistik pengujian adalah uji F dengan tingkat signifikan 5% (0,05) dengan rumus berikut :

$$\begin{aligned}
 F_{\text{tabel}} &= F_{0,05(k); (n - k - 1)} \\
 &= F_{0,05(4); (44-4-1)} \\
 &= F_{0,05(4); (39)} \\
 &= 2.61
 \end{aligned}$$

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)} \quad (\text{Sugiyono, 2019:284})$$

Keterangan:

R = Koefisien Korelasi Ganda

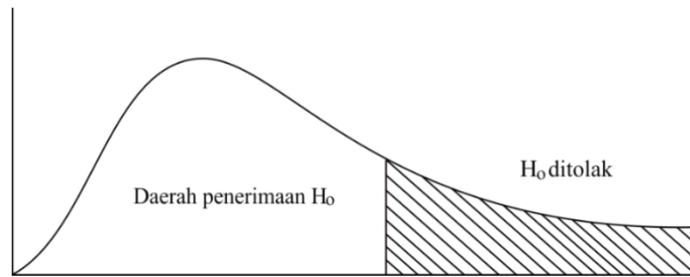
k = Jumlah Variabel Independen

n = Jumlah Anggota Sampel

3) Kriteria Hipotesis

a) Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, maka secara simultan tidak terdapat pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y.

b) Jika nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka secara simultan terdapat pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y.



4) Keputusan

Apabila nilai  $\text{sig} < 0,05$  atau  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama antara variable X terhadap variable Y (variable independen berpengaruh terhadap variable dependen) atau sebaliknya.

c) Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen dan dependen. Berikut rumus yang digunakan:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \text{ (Yamin, 2021)}$$

Keterangan:

Y = Minat Beli Konsumen

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = Daya Tarik Produk

$X_3$  = Customer Review

a = Konstanta

$\beta$  = Koefisien regresi, nilai peningkatan atau penurunan variabel Y yang didasarkan variabel X

e = Error

Pada penelitian ini, analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 26 for windows.

d) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel dependen yang mampu dijelaskan oleh sejumlah variabel independen (Yamin, 2021:218). Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

R square digunakan apabila peneliti menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dan buka analisis regresi linier berganda. Karena pada penelitian ini menggunakan uji analisis linier berganda, maka koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R<sup>2</sup>* yang dalam tabel hasil olah data SPSS tertulis *Adjusted R Square*.

Rumus koefisien determinasi:

$$KD = r^2 \times 100\% \text{ (Sugiyono, 2019:235)}$$

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian adalah data mengenai variabel penelitian yang dapat digunakan untuk mengetahui jawaban responden terhadap setiap variabel yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner.

**Tabel 3.** Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

No	Pertanyaan	Total	Rata-Rata
1	Kecepatan pembuatan produk di Pinrio Merchandise sesuai yang saya harapkan	201	4,57
2	Pinrio Merchandise menjual produk merchandise yang bervariasi	193	4,39
3	Produk Pinrio Merchandise memiliki kualitas cetakan yang bagus	196	4,45
4	Produk Pinrio Merchandise memiliki umur ekonomis yang Panjang	191	4,34
5	Spesifikasi produk Pinrio Merchandise sesuai dengan diskripsi yang diberikan	199	4,52

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil data jawaban responden pada tabel 3 dapat diartikan bahwa pernyataan yang diberikan pada variabel kualitas produk memiliki kategori yang tinggi, dapat dilihat pada nilai rata-rata yang berkisar dari 4,34 sampai dengan 4,57. Ini mengindikasikan bahwa harapan konsumen atas kecepatan produksi, produk yang bervariasi dengan kualitas cetakan yang bagus dan memiliki umur ekonomis yang panjang serta spesifikasi produk yang sesuai dengan diskripsi yang diberikan. Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa Pinrio Merchandise mempunyai produk yang berkualitas baik.

**Tabel 4.** Deskripsi Variabel Daya Tarik Produk (X<sub>2</sub>)

No	Pertanyaan	Total	Rata-Rata
1	Pinrio Merchandise memberikan kebebasan konsumen untuk mengcustom desain sesuai keinginan konsumen	200	4,54
2	Harga produk yang ditawarkan Pinrio Merchandise lebih terjangkau dibandingkan dengan percetakan lainnya di Surakarta	200	4,54
3	Produk Pinrio merchandise lebih unggul dibandingkan dengan produk percetakan lainnya	202	4,59
4	Pinrio merchandise memberikan kemudahan dalam penyesuaian produknya	202	4,59

5	Pinrio Merchandise menyediakan produk pendukung lainnya yang saya butuhkan	202	4,59
---	--	-----	------

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil data jawaban responden pada tabel 4 dapat diartikan bahwa pernyataan yang diberikan pada variabel daya tarik produk memiliki kategori yang tinggi, dapat dilihat pada nilai rata-rata yang berkisar dari 4,54 sampai dengan 4,59. Ini mengindikasikan bahwa Pinrio Merchandise memberikan kebebasan kepada konsumen dalam desain produk dan harga yang lebih terjangkau, produk yang lebih unggul dibandingkan dengan percetakan lainnya, serta memberikan kemudahan dan menyediakan produk pendukung lainnya yang dibutuhkan konsumen. Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa Pinrio Merchandise mempunyai daya tarik produk yang bagus dalam menarik minat beli konsumen.

**Tabel 5.** Deskripsi Variabel *Customer Review* ( $X_3$ )

No	Pertanyaan	Total	Rata-Rata
1	Saya yakin bahwa sumber ulasan memberikan penilaian yang jujur dan objektif tentang produk di Pinrio Merchandise	196	4,45
2	Saya merasa sangat puas dengan informasi yang disertakan dalam ulasan produk sesuai yang saya butuhkan	192	4,36
3	Ulasan positif dan negatif memberikan pandangan bagi saya yang akan membeli produk di Pinrio Merchandise	194	4,40
4	Banyaknya ulasan yang tersedia di berbagai platform sangat memengaruhi minat beli saya dalam membeli produk di Pinrio Merchandise	195	4,43
5	Saya mendapatkan ulasan yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan produk di Pinrio Merchandise	192	4,36

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil data jawaban responden pada tabel 5 dapat diartikan bahwa pernyataan yang diberikan pada variabel *customer review* memiliki kategori yang tinggi, dapat dilihat pada nilai rata-rata yang berkisar dari 4,36 sampai dengan 4,45. Ini mengindikasikan bahwa konsumen yakin dengan penilaian, informasi, ulasan positif dan negatif, banyaknya ulasan yang tersedia di berbagai platform sangat memengaruhi minat beli konsumen, dan ulasan yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan konsumen dalam membeli produk. Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa *customer review* yang ada di berbagai platform sangat dibutuhkan oleh konsumen lain sebelum membeli produk baik secara *online* atau *offline*.

**Tabel 6.** Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)

No	Pertanyaan	Total	Rata-Rata
1	Saya memiliki minat yang besar untuk melakukan pembelian produk di Pinrio Merchandise	199	4,52
2	Saya sering merekomendasikan produk ke orang terdekat setelah melakukan pembelian di Pinrio Merchandise	200	4,55
3	Harga produk di Pinrio Merchandise sepadan dengan kualitasnya	195	4,43
4	Sebelum membeli produk saya mencari tahu tentang pengalaman pengguna lain dengan produk yang akan saya beli	199	4,52
5	Saya cenderung memanfaatkan diskon untuk melakukan pembelian di Pinrio Merchandise	197	4,48

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan hasil data jawaban responden pada tabel 6 dapat diartikan bahwa pernyataan yang diberikan pada variabel minat beli memiliki kategori yang tinggi, dapat dilihat pada nilai rata-rata yang berkisar dari 4,43 sampai dengan 4,55. Ini mengindikasikan bahwa konsumen memiliki minat yang besar untuk melakukan pembelian produk, merekomendaikan produk ke orang terdekat, namun tetap mempertimbangkan kualitas dan harga sebelum membelinya, serta konsumen mencari tahu tentang pengalaman pengguna lain tentang produk dan memanfaatkan diskon untuk melakukan pembelian produk. Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen Pinrio Merchandise mempunyai minat beli yang besar, sangat peduli dengan kualitas dan cerdas dalam berbelanja.

### Pengujian Hipotesis Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana kuesioner yang digunakan dalam suatu penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan mengetahui kuesioner tersebut valid atau tidak valid. Kriteria uji validitas ini dengan menggunakan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan nilai signifikan 0,05, dengan jumlah responden sebanyak 44 responden. Kemudian dapat dihitung dengan rumus  $df = n-2$ , maka diperoleh angka  $r_{tabel}$  sebesar 0,3843.

**Tabel 7.** Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Validitas
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	X <sub>1.1</sub>	0.770	0.3843	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0.878	0.3843	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0.805	0.3843	Valid

	X <sub>1.4</sub>	0.772	0.3843	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0.758	0.3843	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7 semua item dari pernyataan variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) memiliki r<sub>hitung</sub> lebih besar daripada r<sub>tabel</sub> maka data yang didapat dinyatakan valid.

**Tabel 8.** Hasil Uji Validitas Daya Tarik Produk (X<sub>2</sub>)

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Validitas
Daya Tarik Produk (X <sub>2</sub> )	X <sub>2.1</sub>	0.908	0.3843	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0.921	0.3843	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0.872	0.3843	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0.890	0.3843	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0.889	0.3843	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 8 semua item dari pernyataan variabel daya tarik produk (X<sub>2</sub>) memiliki r<sub>hitung</sub> lebih besar daripada r<sub>tabel</sub> maka data yang didapat dinyatakan valid.

**Tabel 9.** Hasil Uji Validitas *Customer Review* (X<sub>3</sub>)

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Validitas
Customer Review (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1</sub>	0.869	0.3843	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0.834	0.3843	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0.868	0.3843	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0.834	0.3843	Valid
	X <sub>3.5</sub>	0.844	0.3843	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 9 semua item dari pernyataan variabel *customer review* (X<sub>3</sub>) memiliki r<sub>hitung</sub> lebih besar daripada r<sub>tabel</sub> maka data yang didapat dinyatakan valid.

**Tabel 10.** Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Validitas
Minat Beli (Y)	Y <sub>1</sub>	0.827	0.3843	Valid
	Y <sub>2</sub>	0.813	0.3843	Valid
	Y <sub>3</sub>	0.789	0.3843	Valid
	Y <sub>4</sub>	0.821	0.3843	Valid
	Y <sub>5</sub>	0.864	0.3843	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 10 semua item dari pernyataan variabel minat beli (Y) memiliki r<sub>hitung</sub> lebih besar daripada r<sub>tabel</sub> maka data yang didapat dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah ukuran kestabilan dan konsistensi dalam menjawab pertanyaan dalam kuesioner. Instrument yang reliabel menghasilkan data yang sama

(Gunawan, 2019). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach' Alpha* > 0,60.

**Tabel 11.** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach' Alpha</i>	Nilai Ketetapan	Reliabilitas
Kualitas Produk (X1)	[0.849	0,60	Reliabel
Daya Tarik Produk (X2)	0.938	0,60	Reliabel
Customer Review (X3)	0.902	0,60	Reliabel
Minat Beli (Y)	0.871	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 11 diatas pengujian dilakukan secara variabel bukan secara item pertanyaan pada setiap variabel. Diketahui hasil dari variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Daya Tarik Produk (X<sub>2</sub>), *Customer Review* (X<sub>3</sub>), dan Minat Beli (Y) menunjukkan bahwa nilai *Cronbach' Alpha* lebih besar dari nilai ketetapan 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut reliabel.

**Uji Hipotesis**

**Uji t**

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial antara variabel independen Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Daya Tarik Porduk (X<sub>2</sub>), dan *Customer Review* (X<sub>3</sub>) terhadap variabel dependen Minat Beli (Y). Hasil dan analisis dapat dilihat dari tabel 16, sebagai berikut :

**Tabel 12.** Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.336	1.827		1.826	.075
	Kualitas Produk (X1)	.331	.139	.353	2.377	.022
	Daya Tarik Produk (X2)	.206	.096	.229	2.156	.037
	Customer Review (X3)	.321	.112	.384	2.868	.007

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

1) Uji t yang berkaitan antara Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) terhadap Minat Beli (Y)

a) Hipotesis

H<sub>0</sub>: β<sub>1</sub> = 0, H<sub>0</sub> diterima : artinya tidak ada pengaruh signifikan antara Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) terhadap Minat Beli (Y).

H<sub>a</sub>: β<sub>1</sub> ≠ 0, H<sub>0</sub> ditolak : artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) terhadap Minat Beli (Y).

Berdasarkan tabel 16 diperoleh besarnya β<sub>1</sub> adalah 0.331 (β<sub>1</sub> ≠ 0) maka hasilnya H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

b) Statistik pengujian adalah uji t dengan tingkat signifikan 5% (0,05) dengan rumus berikut:

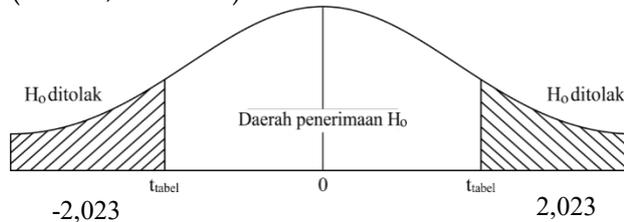
$$\begin{aligned}
 \text{Nilai } t_{\text{tabel}} &= \frac{a}{2}; (n - k - 1) \\
 &= \frac{0,05}{2}; (44 - 4 - 1) \\
 &= 0,025 ; 39 = 2,023
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 16 diperoleh besarnya  $t_{hitung}$  adalah 2.377.

c) Kriteria Hipotesis

- i. Jika nilai  $sig > 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ ).
- ii. Jika nilai  $sig < 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ ).

(Yamin, 2021:172)



d) Interpretasi hasil

Dari hasil pengujian diperoleh hasil uji nilai  $sig 0,022 < 0,05$  atau  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $2,377 > 2,023$ ) maka hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ ) konsumen Pirnio Merchandise.

1) Uji t yang berkaitan antara Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ )

a) Hipotesis

$H_0 : \beta_2 = 0$ ,  $H_0$  diterima : artinya tidak ada pengaruh signifikan antara Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ ).

$H_a : \beta_2 \neq 0$ ,  $H_0$  ditolak : artinya terdapat pengaruh signifikan antara Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ ).

Berdasarkan tabel 16 diperoleh besarnya  $\beta_2$  adalah 0,206 ( $\beta_1 \neq 0$ ) maka hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

b) Statistik pengujian adalah uji t dengan tingkat signifikan 5% (0,05) dengan rumus berikut:

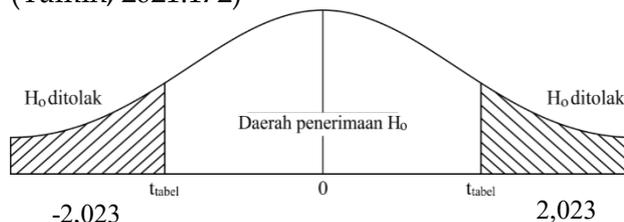
$$\begin{aligned} \text{Nilai } t_{tabel} &= \frac{a}{2}; (n - k - 1) \\ &= \frac{0,05}{2}; (44 - 4 - 1) \\ &= 0,025 ; 39 = 2,023 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 16 diperoleh besarnya  $t_{hitung}$  adalah 2,156

c) Kriteria Hipotesis

- i. Jika nilai  $sig > 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ ).
- ii. Jika nilai  $sig < 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ ).

(Yamin, 2021:172)



d) Interpretasi hasil

Dari hasil pengujian diperoleh hasil uji nilai sig  $0,037 < 0,05$  atau  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $2,156 > 2,023$ ) maka hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y) konsumen Pirnio Merchandise.

2) Uji t yang berkaitan antara *Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y)

1. Hipotesis

$H_0 : \beta_3 = 0$ ,  $H_0$  diterima : artinya tidak ada pengaruh signifikan antara *Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y).

$H_a : \beta_3 \neq 0$ ,  $H_0$  ditolak : artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y).

Berdasarkan tabel 16 diperoleh besarnya  $\beta_3$  adalah  $0,321$  ( $\beta_1 \neq 0$ ) maka hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

2. Statistik pengujian adalah uji t dengan tingkat signifikan 5% (0,05) dengan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai } t_{tabel} &= \frac{a}{2}; (n - k - 1) \\ &= \frac{0,05}{2}; (44 - 4 - 1) \\ &= 0,025 ; 39 = 2,023 \end{aligned}$$

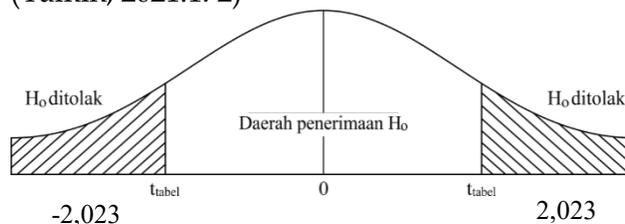
Berdasarkan hasil olah data SPSS pada tabel 16 diperoleh besarnya  $t_{hitung}$  adalah  $2,868$

3. Kriteria Hipotesis

i. Jika nilai sig  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara *Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y).

ii. Jika nilai sig  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y).

(Yamin, 2021:172)



4. Interpretasi hasil

Dari hasil pengujian diperoleh hasil uji nilai sig  $0,007 < 0,05$  atau  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $2,868 > 2,023$ ) maka hasilnya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan antara *Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y) konsumen Pirnio Merchandise.

**Uji F**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Porduk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen Minat Beli (Y).

Langkah-langkah yang digunakan untuk melakukan pengujian ini:

1) Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ , maka  $H_0$  diterima : artinya tidak ada pengaruh antara Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) secara simultan dan signifikan terhadap Minat Beli (Y).

$H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 > 0$ , maka  $H_0$  ditolak : artinya terdapat pengaruh antara Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) secara simultan dan signifikan terhadap Minat Beli ( $Y$ ).

- 2) Statistik pengujian adalah uji F dengan tingkat signifikan 5% (0,05) dengan rumus berikut :

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= F_{0,05(k); (n - k - 1)} \\ &= F_{0,05(4); (44-4-1)} \\ &= F_{0,05(4); (39)} \\ &= 2,61 \end{aligned}$$

Nilai  $F_{hitung}$

**Tabel 13.** Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.124	3	58.041	39.433	.000 <sup>b</sup>
	Residual	58.876	40	1.472		
	Total	233.000	43			

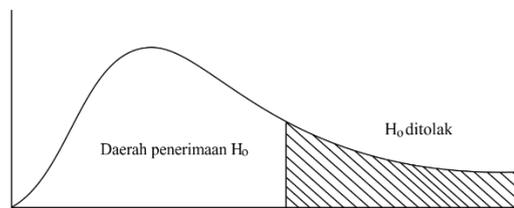
a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)  
 b. Predictors: (Constant), Customer Review (X3), Daya Tarik Produk (X2), Kualitas Produk (X1)

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Hasil Uji olah data SPSS diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 39,433 seperti yang terlihat pada tabel.

- 3) Kriteria Hipotesis

- i. Jika nilai  $sig > 0,05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, maka secara simultan tidak terdapat pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y.
- ii. Jika nilai  $sig < 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka secara simultan terdapat pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y.



- 4) Berdasarkan hasil olah data menggunakan program SPSS diperoleh hasil nilai  $sig 0.000 < 0.05$  atau nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $39,433 > 2,61$ ) dan  $H_a : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 > 0$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima : artinya terdapat pengaruh antara variabel independen Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) secara simultan dan signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli ( $Y$ ) konsumen Pinrio Merchandise.

### Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS versi 26 for windows*. Analisis ini digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh antara variabel independen dan dependen.

**Tabel 14.** Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.336	1.827		1.826	.075
	Kualitas Produk (X1)	.331	.139	.353	2.377	.022
	Daya Tarik Produk (X2)	.206	.096	.229	2.156	.037
	Customer Review (X3)	.321	.112	.384	2.868	.007

a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 14 dapat dilihat analisis regresi bahwa model regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,336 + 0,331 X_1 + 0,206 X_2 + 0,321 X_3 + e$$

Dari hasil uji regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa :

- 1) Koefisien konstanta pada regresi sebesar 3,336. Koefisien konstanta yang bernilai positif menjelaskan bahwa variabel independen Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Daya Tarik Produk (X<sub>2</sub>), dan *Customer Review* (X<sub>3</sub>) dianggap konstan, maka minat beli sebesar 3,336.
- 2) Koefisien regresi pada Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) sebesar 0,331 dan koefisien regresi yang bernilai positif menjelaskan bahwa variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka dapat meningkatkan Minat Beli (Y) sebesar 0,331 dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 3) Koefisien regresi pada Daya Tarik Produk (X<sub>2</sub>) sebesar 0,206 dan koefisien regresi yang bernilai positif menjelaskan bahwa variabel Daya Tarik Produk (X<sub>2</sub>) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka dapat meningkatkan Minat Beli (Y) sebesar 0,206 dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 4) Koefisien regresi pada *Customer Review* (X<sub>3</sub>) sebesar 0,321 dan koefisien regresi yang bernilai positif menjelaskan bahwa variabel *Customer Review* (X<sub>3</sub>) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka dapat meningkatkan Minat Beli (Y) sebesar 0,321 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel dependen Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Daya Tarik Produk (X<sub>2</sub>), dan *Customer Review* (X<sub>3</sub>) yang mampu dijelaskan oleh sejumlah variabel independen Minat Beli (Y) (Yamin, 2021:218). Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

R square digunakan apabila penelitiannya menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dan buka analisis regresi linier berganda. Karena pada penelitian ini menggunakan uji analisis linier berganda, maka koefisien determinasi yang digunakan adalah Adjusted R<sup>2</sup> yang dalam tabel hasil olah data SPSS tertulis *Adjusted R Square*.

**Tabel 15.** Hasil Uji R<sup>2</sup> Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>
----------------------

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 <sup>a</sup>	0,747	0,728	1,213
a. Predictors: (Constant), Customer Review (X3), Daya Tarik Produk (X2), Kualitas Produk (X1)				

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,728 atau 72,8%. Artinya nilai variabel Minat Beli konsumen Pinrio Merchandise sebesar 72,8% dipengaruhi oleh Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ). Sedangkan sisanya sebesar 27,2% dijelaskan oleh variabel lain yang dipengaruhi model penelitian lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya promosi, kualitas pelayanan, lokasi, Harga.

### Pembahasan Hasil Penelitian

Pada setiap penelitian memiliki pembahasan yang berguna untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian. Oleh karena itu, agar dapat menjawabnya diperlukan analisis data sebagai berikut :

#### 1. Uji t (Parsial)

Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen Pinrio Merchandise. Pada uji t diperoleh nilai sig  $0,037 < 0,05$  dan nilai  $t_{tabel}$  diperoleh nilai 39 yaitu sebesar 2.023.

##### a. Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) adalah 2,377. Dari nilai tersebut nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,377 > 2,023$ ). Dengan demikian maka variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap Minat Beli.

##### b. Daya Tarik Porduk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari variabel Daya Tarik Porduk ( $X_2$ ) adalah 2,156. Dari nilai tersebut nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,156 > 2,023$ ). Dengan demikian maka variabel Daya Tarik Porduk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap Minat Beli.

##### c. *Customer Review* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Diketahui nilai  $t_{hitung}$  dari variabel *Customer Review* ( $X_3$ ) adalah 2,868. Dari nilai tersebut nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,868 > 2,023$ ). Dengan demikian maka variabel *Customer Review* ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Minat Beli.

#### 2. Uji F (Simultan)

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 39,433. Nilai  $F_{hitung}$  tersebut dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  yang memperoleh nilai 2,61. Maka nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $39,433 > 2,61$ ). Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya terdapat pengaruh antara variabel independen Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) secara simultan dan signifikan terhadap variabel dependen Minat Beli (Y) konsumen Pinrio Merchandise.

#### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS, untuk analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan  $Y = 3,336 + 0,331 X_1 + 0,206 X_2 + 0,321 X_3 + e$ .

Dari hasil uji regresi linier berganda, dapat diketahui bahwa :

a) Koefisien konstanta pada regresi sebesar 3,336. Koefisien konstanta yang bernilai positif menjelaskan bahwa variabel independen Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) = 0 atau dianggap konstan, maka minat beli sebesar 3,336.

b) Koefisien regresi pada Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 0,331 dan koefisien regresi yang bernilai positif menjelaskan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) mengalami

peningkatan (membaik) satu satuan maka dapat meningkatkan Minat Beli (Y) sebesar 0,331 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

- c) Koefisien regresi pada Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) sebesar 0,206 dan koefisien regresi yang bernilai positif menjelaskan bahwa variabel Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka dapat meningkatkan Minat Beli (Y) sebesar 0,206 dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- d) Koefisien regresi pada *Customer Review* ( $X_3$ ) sebesar 0,321 dan koefisien regresi yang bernilai positif menjelaskan bahwa variabel *Customer Review* ( $X_3$ ) mengalami peningkatan (membaik) satu satuan maka dapat meningkatkan Minat Beli (Y) sebesar 0,321 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS, untuk variabel yang paling dominan pada kolom *Unstandardized Coefficients*. Diperoleh nilai  $\beta_1$  (0,331)  $>$   $\beta_2$  (0,206) dan  $>$   $\beta_3$  (0,321). Maka variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel Minat Beli (Y) konsumen Pinrio Merchandise adalah variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dengan nilai sebesar 0,331.

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

Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS, dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,728 atau 72,8%. Artinya nilai variabel Minat Beli konsumen Pinrio Merchandise sebesar 72,8% dipengaruhi oleh Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ). Sedangkan sisanya sebesar 27,2% dijelaskan oleh variabel lain yang dipengaruhi model penelitian lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, misalnya promosi, kualitas pelayanan, lokasi, harga.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Produk, dan *Customer Review* Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Kasus Pinrio Merchandise” yang telah dilakukan, maka penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa :
  - a. Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk ( $X_1$ ) secara parsial dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) konsumen pada Pinrio Merchandise, maka hipotesis 1 Kualitas Produk ( $X_1$ ) terbukti.
  - b. Terdapat pengaruh antara Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) secara parsial dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) konsumen pada Pinrio Merchandise, maka hipotesis 2 Daya Tarik Produk ( $X_2$ ) terbukti.
  - c. Terdapat pengaruh antara *Customer Review* ( $X_3$ ) secara parsial dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) konsumen di Pinrio Merchandise, maka hipotesis 3 *Customer Review* ( $X_3$ ) terbukti.
2. Berdasarkan hasil dari uji F, maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) konsumen di Pinrio Merchandise, maka hipotesis 4 terbukti.
3. Kualitas Produk ( $X_1$ ) yang paling mendominasi terhadap Minat Beli (Y) konsumen di Pinrio Merchandise. Diperoleh nilai  $\beta_1$  (0.331)  $>$   $\beta_2$  (0.206) dan  $>$   $\beta_3$  (0.321), maka hipotesis 5 terbukti.
4. Berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS, dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,728 atau 72,8%. Artinya nilai variabel Minat Beli konsumen Pinrio Merchandise sebesar 72,8% dipengaruhi oleh Kualitas Produk ( $X_1$ ), Daya Tarik Produk ( $X_2$ ), dan *Customer Review* ( $X_3$ ). Sedangkan sisanya sebesar 27,2% dijelaskan oleh variabel lain yang dipengaruhi model penelitian lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini, misalnya promosi, kualitas pelayanan, lokasi, Harga.

## Referensi :

- Gunawan, B.I. (2017), *The Influence of Exotic Service Quality Towards Overall Satisfaction at Hotels in Makassar*. New Delhi: Serialjournals.
- Agustina, E., Lie, D., Butarbutar, M., & Nainggolan, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Percetakan Aneka Jaya Pematangsiantar. *Maker: Jurnal Manajemen*, 5(1), 38–49. <https://doi.org/10.37403/maker.v5i1.106>
- Belvia, S., Suhendry, W., & Handayani, E. F. B. (2023). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kue ulang tahun saltxsuce pontianak*. 10(1), 31–42.
- Boyd, & Mason. (1999). *Marketing: An Introduction*.
- Fadhilillah, A. D., & Hidayati, R. (2022). *Analisis Pengaruh Ulasan Pelanggan, Citra Merk, Dan Intensitas Promosi Terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Pelanggan E-Commerce Shopee Di Padang Panjang)*. 11, 1–13.
- Firmansyah, M. A. (2019). *pemasaran produk dan merek (planning & strategy) - (Q. MEdia (ed.))*. CV. Penerbit Qiara Media.
- Gasela, G. (2020). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Produk Dan Atribut Layanan Produk Terhadap Keputusan Tetap Menjadi Anggota Pada CU Khatulistiwa Bakti Kantor Pusat Pontianak*. 5(8), 1796–1806.
- Gunawan, C. (2019). *Regresi Linear: Tutorial SPSS Lengkap - Ce Gunawan - Google Buku* (p. 5).
- Halim, D., & Lukiyanto, K. (2023). *Customer Review and Customer Relationship Management Analysis of B2B Product Purchase Decisions*. 02135.
- Juniar, G. M. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Produk Review Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Pada Brand Miyagiri Di Surabaya*. 1–13.
- Liana, Y. (2020). Citra Mereka, Kualitas Produk Dan Brand Personality Terhadap Minat Beli. *Inspirasi Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(1), 188–197. <https://jurnal.stkipgritlungagung.ac.id/index.php/inspirasi/article/download/1556/710>
- Maulana, A. Z., & Sukresna, I. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen ( Studi : Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor )*. 11(2017), 1–15.
- Melati, R. S., & Dwijayanti, R. (2020). *Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Case Handphone Pada Marketplace Shopee ( Studi Pada Mahasiswa Surabaya )*. 8(2).
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). *The Effect of Online Customer Review, Quality Product, And Promotion On Purchasing Decision Through Shopee Marketplace (A Case Study Of UBSI College Student)*. 9(4).
- Riyanjaya, N. A., & Andarini, S. (2022). *Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer*

- Rating terhadap Minat Beli Produk Wardah di Situs Belanja Online Shopee.* 3(5), 909–926.
- Silvia, F. (2021). *Analisis Daya Tarik Produk Dan Atribut Toko Terhadap Minat Pembelian Ulang Konsumen Di Toko Swalayan Citra Niaga Pontianak.* 5(9), 1954–1964.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.
- 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. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.459>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran* (Anastasia Diana (ed.)). Penerbit Andi.
- Ulyah, C. A., Salfadri, & Hadya, R. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Alat-Alat Kesehatan Pada PT. Tirta Medical Indonesia Cabang Padang.* 3(3), 418–430.
- Waluyo, A., & Trishananto, Y. (2022). *Customer review dan influencer terhadap keputusan pembelian dengan variabel minat beli sebagai variabel intervening.* 1(2).
- Yamin, S. (2021). *Ebook Statistik, Tutorial Statistik SPSS, Lisrel, Warppls & JASP (mudah & aplikatif).*
- Yudiawan, M. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen.* 11(3), 815–823.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). *MANAJEMEN PEMASARAN.* deepublish.
- Zed, E. Z., Ratnaningsih, Y. R., Tri, D., & Kartini, M. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Online di E-commerce pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Cikarang. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 436–452.
- STIE Wijaya Mulya Surakarta (2020). *Pedoman Penulisan Skripsi.*