

The Influence Of Price And Product Quality On Consumer Purchase Intention At Umkm Ayam Geprek Buk Effa In Tanjung Agung Village, Pagar Gunung District, Lahat Regency

Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Ayam Geprek Buk Effa Didesa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat

Rinaldi Febriansyah ¹⁾; Iskandar ²⁾; Hayani ³⁾

^{1,2,3)} Study Program of Management, Faculty of Economic and Business, Universitas Serelo Lahat

Email: ¹⁾ rinaldilahat@gmail.com; ²⁾ iskandarmalian66@gmail.com; ³⁾ hayanirolani1010@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [23 October 2025]

Revised [02 January 2026]

Accepted [06 January 2026]

KEYWORDS

Price, Product Quality, and Purchase Intention.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Ayam Geprek Buk Effa Didesa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. Variabel dalam penelitian ini adalah Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Minat Beli (Y). Metode analisis data yang digunakan adalah Uji Instrumen (Uji Reliabilitas, Uji Validitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Multikolinieritas), Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji T dan Uji F), dan Uji Koefisien Determinasi. Hasil penelitian yang didapatkan bahwa (1) Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung > t tabel ($6,900 > 1,987$). (2) Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli, hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung > t tabel ($3,337 > 1,987$). (3) Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Beli, hal ini dapat dilihat dari nilai f hitung > f tabel ($57,770 > 3,953$) dan nilai signifikasinya lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) $0,05$ ($0,000 < 0,05$).

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of price and product quality on consumer purchasing interest at the Buk Effa Fried Chicken MSME in Tanjung Agung Village, Pagar Gunung District, Lahat Regency. The variables in this study were price (X_1), product quality (X_2), and purchasing interest (Y). The data analysis methods used were instrument testing (reliability testing, validity testing), classical assumption testing (normality testing, heteroscedasticity testing, multicollinearity testing), multiple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test and F-test), and coefficient of determination testing. The results of the study showed that (1) price has a significant partial effect on purchasing interest, as evidenced by the calculated t value > t-table ($6.900 > 1.987$). (2) product quality has a significant partial effect on purchasing interest, as evidenced by the calculated t value > t-table ($3.337 > 1.987$). (3) Price and Product Quality have a significant simultaneous effect on Purchase Intention, as seen from the calculated f value > f table ($57.770 > 3.953$), and the significance value is smaller than the significance level (α) of 0.05 ($0.000 < 0.05$).

PENDAHULUAN

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi motor penggerak ekonomi Indonesia, dengan sektor kuliner, khususnya bisnis makanan cepat saji lokal seperti ayam geprek, mengalami perkembangan pesat. Ayam Geprek Buk Effa di Kecamatan Pagar Gunung, Kabupaten Lahat, adalah salah satu UMKM mikro yang sukses menarik minat pasar berkat konsep cepat saji, harga ekonomis, dan cita rasa lokal. Namun, di tengah persaingan, tantangan utama yang dihadapi adalah menjaga keberlanjutan minat beli konsumen.

Hal ini mendorong perlunya penelitian untuk menganalisis dua faktor krusial yang menentukan keputusan pembelian, yaitu harga dan kualitas produk. Harga memegang peranan penting, terutama di Desa Tanjung Agung yang memiliki tingkat sensitivitas harga tinggi. Bagi konsumen di wilayah ini, harga tidak hanya sekadar biaya, tetapi cerminan nilai produk dan harus sesuai dengan daya beli. UMKM Buk Effa menerapkan berbagai strategi harga, mulai dari *Cost-Based Pricing* hingga *Bundling*, yang semuanya harus dipertimbangkan agar tidak mengurangi minat beli konsumen yang sangat sensitif terhadap kenaikan biaya. Di sisi lain, Kualitas Produk menjadi faktor penentu kepuasan dan loyalitas jangka panjang.

Kualitas ini tidak hanya mencakup cita rasa khas ayam geprek, tetapi juga aspek krusial lainnya seperti kesegaran bahan baku, kebersihan, konsistensi porsi, dan penyajian. Oleh karena itu, menjaga keseimbangan antara penetapan harga yang kompetitif dan pemeliharaan kualitas produk yang prima adalah kunci untuk memastikan keberhasilan dan daya tahan UMKM Ayam Geprek Buk Effa. Penelitian

yang akan dilakukan, berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa," bertujuan untuk membuktikan secara empiris seberapa besar pengaruh dua variabel independen tersebut dalam mendorong keputusan dan minat beli ulang konsumen di pasar lokal yang sensitif harga.

LANDASAN TEORI

Harga

Menurut Satdiah et al., (2023:45), harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan oleh konsumen kepada penjual atas suatu produk. Harga sangat menentukan keputusan konsumen dalam membeli barang atau jasa karena berkaitan langsung dengan kemampuan daya beli. Sedangkan menurut Philip Kotler dalam Kholiqoh et al., (2024:114) harga adalah nilai atau jumlah yang dibebankan kepada konsumen atas barang atau jasa sebagai imbalan atas keunggulan harga dan merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian pembeli. Jadi dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan bagian penting dari bauran pemasaran yang digunakan untuk memperoleh barang atau jasa serta memanfaatkannya dengan sejumlah uang tertentu. Menurut Tonce, H& Rangga, R. (2022:114) indikator dari harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan mutu produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaatnya.

Kualitas Produk

Menurut (Wardoyo et al., 2023) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi keinginan pelanggan, seperti daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan atribut berharga lainnya. Menurut (Rochma et al., 2024) kualitas produk adalah sebuah karakteristik, ciri, dan spesifikasi yang melekat pada produk dan mempunyai suatu kelebihan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari yang diinginkan oleh konsumen. Beberapa indikator dari kualitas produk adalah *performance* (kinerja), *Features* (keistimewaan), *Conformance to Specifications* (Kesesuaian dengan Spesifikasi), *Durability* (Ketahanan), *Aesthetics* (Estetika), *Perceived Quality* (Kualitas yang Dirasakan).

Minat Beli

Menurut Irvanto & Sujana (2020:51) menyatakan bahwa "*Minat beli konsumen timbul setelah memperoleh informasi mengenai suatu produk dan penilaian terhadap produk tersebut, yang kemudian memengaruhi keputusan untuk membeli.*" Mereka menekankan bahwa minat beli tidak hanya dipengaruhi oleh informasi yang diterima, tetapi juga oleh bagaimana konsumen menilai apakah produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sedangkan menurut Harahap & Sari (2020:141) "*Minat beli merupakan bagian dari perilaku konsumen yang muncul setelah konsumen menerima informasi, lalu menimbang, dan kemudian memiliki niat untuk membeli.*" Ini menunjukkan bahwa minat beli muncul setelah konsumen melakukan proses pemikiran dan pertimbangan terhadap produk yang ditawarkan. Minat beli konsumen berhubungan erat dengan tingkat keterlibatan konsumen dalam produk yang ditawarkan. Minat beli sering kali dianggap sebagai tahap awal yang penting dalam keputusan pembelian, yang akan mendorong konsumen untuk akhirnya mengambil tindakan pembelian. Minat beli bisa dipengaruhi oleh banyak faktor, baik internal (seperti kebutuhan, keinginan, dan tujuan pribadi) maupun eksternal (seperti informasi dari media, promosi, dan ulasan produk). Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen adalah kecenderungan responden untuk bertindak sebelum mengambil keputusan membeli suatu barang. Menurut penelitian oleh Setiadi & Ritonga, (2023:47) indikator minat beli adalah produk, harga, tempat (distribusi), promosi, dan citra merk

METODE PENELITIAN

Metode Analisis

Jenis penelitian ini adalah asosiatif, yaitu metode yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih guna menjelaskan atau meramalkan suatu fenomena. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah pendekatan yang menggunakan data dalam bentuk angka dan ilmu pasti untuk menjawab hipotesis penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari. Dalam penelitian ini populasi yang akan di pilih adalah seluruh konsumen UMKM Ayam Geprek Buk Effa dalam 3 (tiga) bulan, yaitu dari bulan Mei 2024 s/d bulan Juli 2025 sebanyak 1.350 orang konsumen. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, jumlah populasi adalah sebanyak 1.350 konsumen yang pernah melakukan pembelian Ayam Geprek Buk Effa. Karena jumlah populasi diketahui, maka

pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (error margin) sebesar 10%. sampel pada penelitian ini berjumlah 93 orang responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan aplikasi SPSS 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Ayam Geprek Buk Effa Didesa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat

Dilakukan uji-t untuk mengetahui pengaruh antara Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Wardah Di Toko Nyonya Kosmetik Pasar Lama Lahat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel bebas (Harga dan Kualitas Produk) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Minat Beli). Hipotesis pertama dalam penelitian ini (H_1) menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikan 0,05. Adapun hasil uji t sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.884	3.241		2.432	.017
	X1	.552	.080	.567	6.900	.000
	X2	.270	.081	.274	3.337	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Pada tabel diatas nilai t hitung untuk variabel Harga (X_1) adalah sebesar 6,900, sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 1,987. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai t hitung ($6,900 > t_{tabel}$ (1,987) dan Sig t ($0,000 < \alpha$ (0,05), maka hipotesis pertama diterima, artinya Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. Berarti hipotesis pertama ini terbukti.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Ayam Geprek Buk Effa Didesa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat

Hipotesis kedua dalam penelitian ini (H_2) menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. Pengujian hipotesis kedua dianalisis dengan menggunakan uji parsial (uji t). Hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel di atas. Pada tabel diatas nilai t hitung untuk variabel Kualitas Produk (X_2) adalah sebesar 3,337, sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 1,987. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,001 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai t hitung ($3,337 > t_{tabel}$ (1,987) dan Sig t ($0,001 < \alpha$ (0,05), maka hipotesis kedua diterima, artinya Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. Berarti hipotesis kedua ini terbukti.

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Secara Bersama-Sama Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Ayam Geprek Buk Effa Didesa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini (H_3) menyatakan bahwa Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. Pengujian hipotesis ketiga dianalisis dengan menggunakan uji simultan (uji F). Hasil uji simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1229.543	2	614.771	57.770	.000 ^a
	Residual	957.748	90	10.642		
	Total	2187.290	92			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Pada tabel diatas nilai F hitung adalah sebesar 57,770, sedangkan nilai F tabelnya adalah sebesar 3,953 (df 1 = 3-1 = 2 dan df 2 = 93-2-1 = 90). Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi. Karena nilai F hitung (57,770) > F tabel (3,953) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi F (0,000) < α (0,05), maka hipotesis ketiga diterima, artinya Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat. Berarti hipotesis ketiga ini terbukti.

Persentase sumbangan Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Ayam Geprek Buk Effa Didesa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat

Analisis determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna. Hasil dari uji Koefisien Determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Korelasi Determinan (R^2)Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.562	.552	3.262

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2025

Hasil analisis determinasi diperoleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,562 atau (56,2%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Harga dan Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (Minat Beli) sebesar 56,2% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (Harga dan Kualitas Produk) mampu menjelaskan 56,2% variabel dependen (Minat Beli), sedangkan sisanya sebesar 43,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil pemaparan dan pembahasan data di atas, maka kesimpulan dari hasil penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Nilai t hitung untuk variabel Harga (X_1) adalah sebesar 6,900, sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 1,987. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai t hitung ($6,900 > t$ tabel ($1,987$) dan $Sig\ t (0,000) < \alpha (0,05)$, maka hipotesis pertama diterima, artinya Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat
2. Nilai t hitung untuk variabel Kualitas Produk (X_2) adalah sebesar 3,337, sedangkan nilai t tabelnya adalah sebesar 1,987. Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,001 lebih kecil daripada taraf signifikansi (α) 0,05. Karena nilai t hitung ($3,337 > t$ tabel ($1,987$) dan $Sig\ t (0,001) < \alpha (0,05)$, maka hipotesis kedua diterima, artinya Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat.
3. Nilai F hitung adalah sebesar 57,770, sedangkan nilai F tabelnya adalah sebesar 3,953 ($df\ 1 = 3-1 = 2$ dan $df\ 2 = 93-2-1 = 90$). Selain itu, nilai signifikansinya adalah sebesar 0,000 lebih kecil daripada taraf signifikansi. Karena nilai F hitung ($57,770 > F$ tabel ($3,953$) dan nilai signifikansi lebih kecil daripada taraf signifikansi $F (0,000) < \alpha (0,05)$, maka hipotesis ketiga diterima, artinya Harga dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen pada UMKM Ayam Geprek Buk Effa di Desa Tanjung Agung Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat.
4. Hasil analisis determinasi diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,562 atau (56,2%). Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Harga dan Kualitas Produk) terhadap variabel dependen (Minat Beli) sebesar 56,2% atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model (Harga dan Kualitas Produk) mampu menjelaskan 56,2% variabel dependen (Minat Beli, sedangkan sisanya sebesar 43,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Saran

1. Menyesuaikan Harga dengan Daya Beli Masyarakat Sekitar
Meningat sebagian besar konsumen berasal dari masyarakat Desa Tanjung Agung dan sekitarnya, maka harga Ayam Geprek Buk Effa perlu disesuaikan dengan kemampuan ekonomi lokal. Harga yang terjangkau akan membuat produk lebih mudah diterima oleh berbagai kalangan.
2. Menjaga Kualitas Produk Bahan Baku
UMKM Ayam Geprek Buk Effa sebaiknya memperhatikan kualitas produk bahan baku utama seperti ayam, cabai, bumbu, minyak, dan nasi selalu segar dan higienis. Penggunaan bahan baku yang berkualitas akan berpengaruh langsung pada rasa dan kepercayaan konsumen terhadap produk.
3. Menarik Minat Beli Konsumen
Dengan memperhatikan dan mengintegrasikan kedua aspek utama yaitu harga yang kompetitif dan kualitas produk baik, serta ditunjang dengan strategi promosi dan kebersihan tempat usaha, diharapkan UMKM Ayam Geprek Buk Effa dapat semakin menarik minat beli konsumen. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan penjualan jangka pendek, tetapi juga membangun loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Kholiqoh, N., Sa'adah, N., Surohit, S., Amrullah, S., & Sanjaya, V. F. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1), 128–134. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2024.03.1.13>
- Rochma, F., Sholikhah, A., Riqqoh Dini Safia, A., Louis Vernandia, A., Afandi, A., Islamiyah, I., Produk, K., Pelayanan, K., & Pelanggan, K. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sambal Gami Jeet 81 Porong the Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction Sambal Gami Jeet 81 Porong. *Talijagad*, 2024(1).
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>

Wardoyo, Efin Rohani, & Mella Sri Kencanawati. (2023). Faktor Determinan Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Tokopedia Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma Karawaci. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(2), 49–58. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i2.828>