

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO HARUM ROTI DAN KUE
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**Untuk Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

Disusun Oleh:

CAHYA RIZQI AMANAH

NIM : 318101160

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN JUDUL

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO HARUM ROTI DAN KUE**

YOGYAKARTA



**Untuk Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata**

Disusun Oleh:

CAHYA RIZQI AMANAH

NIM : 318101160

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

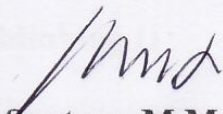
2022

HALAMAN PENGESAHAN
ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO HARUM ROTI DAN KUE
YOGYAKARTA

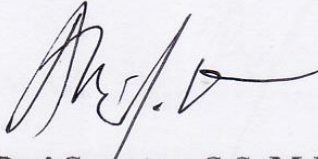


Disusun Oleh:
Cahaya Rizqi Amanah
NIM : 318101160
Telah disetujui oleh:

Pembimbing I,


Drs. Santosa, M.M
NIDN. 0519045901

Pembimbing II,


Arif Dwi Saputra, S.S, M,M
NIDN. 0525047001

Mengetahui
Ketua Jurusan


Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST
NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN
ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA TOKO HARUM ROTI DAN KUE
YOGYAKARTA

SKRIPSI

Disusun Oleh :

CAHYA RIZQI AMANAH

NO. MHS. 318101160

Telah dipertahankan di depan tim penguji

dan dinyatakan LULUS

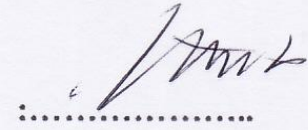
Pada Tanggal : 15 Oktober 2022

TIM PENGUJI:

Penguji Utama : Drs. Budi Hermawan, M.M
NIDN. 0523026601



Pembimbing I : Drs. Santosa, M.M
NIDN. 0519045901



Pembimbing II : Arif Dwi Saputra, S.S. M.M
NIDN. 0525047001



Mengetahui,
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cahya Rizqi Amanah

NIM : 318101160

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan (D-IV)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Harum Roti dan Kue Yogyakarta” sebelumnya tidak pernah terdapat karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi manapun. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya milik orang kecuali sebagai acuan atau kutipan yang lazim.

Yogyakarta, Oktober 2022



Cahya Rizqi Amanah

HALAMAN MOTTO

“Don't be afraid to fail, be afraid not to try”

(Haechan NCT)

"Boleh jadi keterlambatanmu dari suatu perjalanan adalah keselamatanmu"

(Quraish Shihab)

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung. Buat jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak”

(Ralph Waldo Emerson)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Peneliti mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti masih diberikan kesehatan dan kesabaran untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua saya, Didik Purwantara, S.Pd. dan Tini Sutiasih, S.Pd, yang telah memberikan doa, motivasi dan support, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan lancar.
3. Kakak saya, Harish Setyo Hudnanto, S.Kom. yang telah memberikan bantuan, motivasi dan selalu menemani penulis selama pengerjaan hingga terselesainya skripsi ini.
4. Teman-teman peneliti yang senantiasa mendukung peneliti selama pengerjaan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkah dan limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Harum Roti dan Kue Yogyakarta”. Skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Pengelolaan Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada :

1. Bapak Drs. Santosa, M.M, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan, izin, dan waktu dalam pelaksanaan penelitian serta ketulusan dalam memberikan bimbingan selama pengerjaan hingga terselesainya skripsi ini.
2. Bapak Arif Dwi Saputra, S.S, M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Budi Hermawan, M.M, selaku Penguji Utama, atas kesempatan peneliti untuk menjelaskan skripsi secara keseluruhan.

4. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos.S.ST,M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Pengelolaan Perhotelan yang telah memberikan semangat dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Muliawati selaku Owner Toko Harum Roti dan Kue yang telah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian di toko miliknya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan sangat berguna bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, Oktober 2022

Cahya Rizqi Amanah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Produk.....	6
2. Kualitas Produk.....	7
3. Variasi Produk.....	9
4. Cita Rasa.....	12
5. Ketersediaan Produk.....	13
6. Minat Beli Konsumen.....	13
B. Penelitian Terdahulu	16

C. Kerangka Pemikiran.....	19
D. Hipotesis.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Subjek dan Obyek Penelitian.....	21
C. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	22
D. Populasi dan Sampel	22
E. Variabel Penelitian	24
F. Definisi Operasional Variabel.....	25
G. Teknik Pengumpulan Data	28
H. Sumber Data	30
I. Metode Pengumpulan Data	30
J. Metode Analisis Data	31
K. Uji Hipotesis.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum.....	36
B. Gambaran Umum Responden.....	38
1. Deskripsi Responden berdasarkan Usia	39
2. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	40
3. Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan.....	40
4. Deskripsi Responden berdasarkan Domisili	42
5. Deskripsi Responden berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	43
C. Hasil Uji Instrumen	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45
D. Uji Asumsi Klasik.....	49
1. Uji Normalitas.....	49
2. Uji Heteroskedastisitas	51
3. Uji Multikolonieritas	53
4. Uji Autokorelasi.....	54

E. Analisis Regresi Linear Berganda	55
F. Hasil Uji Hipotesis.....	57
1. Uji F	57
2. Uji T	59
3. Koefisien Determinasi (R^2)	62
G. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP	68
A. Kesimpulan.....	68
B. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Data Kategori Usia Responden.....	39
Tabel 4. 2 Data Kategori Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4. 3 Data Kategori Pekerjaan Responden.....	41
Tabel 4. 4 Data Kategori Domisili Responden.....	42
Tabel 4. 5 Data Kategori Frekuensi Kunjungan Responden	43
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variasi Produk (X1)	46
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas Cita Rasa (X2)	47
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas Ketersediaan Produk (X3)	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolonieritas	54
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi.....	55
Tabel 4. 16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji F.....	59
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	61
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Foto Bagian Depan Toko Harum Roti dan Kue	36
Gambar 4. 2 Produk Toko Harum Roti dan Kue.....	37
Gambar 4. 3 Produk Toko Harum Roti dan Kue.....	38
Gambar 4. 4 Hasil Uji Normalitas.....	50
Gambar 4. 5 Grafik Scatterplot	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Surat Penelitian

Lampiran II Surat Balasan Penelitian

Lampiran III Hasil Penelitian

Lampiran IV Hasil *Output* SPSS Versi 26

Lampiran V Kuesioner Penelitian

Lampiran VI Pertanyaan Wawancara

Lampiran VII Tabel t

Lampiran VIII Tabel R

Lampiran IX Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Toko Harum Roti dan Kue merupakan salah satu toko roti yang terletak di Yogyakarta. Toko roti ini menjual berbagai macam roti, kue kering, kue tart hingga jajanan pasar yang selalu menjadi andalan konsumennya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Mencakup apa saja dimensi kualitas produk yang ada di toko Harum Roti dan Kue. 2) Apa pengaruhnya antara dimensi kualitas produk terhadap minat beli konsumen di toko Harum Roti dan Kue baik secara simultan maupun parsial. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen toko Harum Roti dan Kue. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel. Berdasarkan analisis data statistik, seluruh variabel dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, data berdistribusi normal, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, serta tidak terjadi autokorelasi. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 6,229 + 0,098X_1 + 0,472X_2 + 0,272X_3$. Pada uji F diperoleh F hitung sebesar $13,689 > F$ tabel (2,70) yang artinya semua variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap minat beli, maka dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Untuk secara individu atau uji parsial dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel cita rasa dengan t hitung sebesar $2,652 > t$ tabel yaitu 1,98498 sementara variabel variasi produk dan ketersediaan produk dengan t hitung masing-masing sebesar 0,642 dan $1,633 < t$ tabel yaitu 1,98498 yang artinya kedua variabel tersebut secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak. Toko harum Roti dan Kue perlu mempertahankan elemen- elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata kunci : kualitas produk, variasi produk, cita rasa, ketersediaan produk, minat beli.

ABSTRACT

*Harum Roti and Kue bakery is one of bakeries located in Yogyakarta. This bakery sells various kinds of bread, pastries, tarts to market snacks which have always been a mainstay of its consumers. This study aims to find out: 1) Includes what are the dimensions of product quality in the Harum Roti and Kue bakery. 2) What is the effect between the dimensions of product quality on consumer buying interest at the Harum Roti and Kue bakery, either simultaneously or partially. The method in this research is descriptive quantitative. The population in this study were the consumers of the Harum Roti and Kue store. Samples were taken as many as 100 respondents using the non-probability sampling technique with the accidental sampling approach, namely the sampling method carried out by using anyone who was met by chance as a sample. Based on statistical data analysis, all variables in this study are valid and reliable. In the classical assumption test, the data are normally distributed, the regression model is free of multicollinearity, there is no heteroscedasticity, and there is no autocorrelation. Based on the results of the study, the following regression equation was obtained : $Y = 6.229 + 0.098X_1 + 0.472X_2 + 0.272X_3$. In the *F* test obtained *F* count of 13.689 > *F* table (2.70) which means that all independent variables simultaneously affect buying interest, it can be concluded that H_{01} is rejected and H_{a1} is accepted. For the individual or partial test of each variable the most influential is the taste variable with *t* count of 2.652 > *t* table that is 1.98498 while product variation and product availability variables with *t* count of 0.642 and 1.633 < *t* table 1.98498, which means that the two variables partially have no effect on buying interest. So it can be concluded that H_{02} is accepted and H_{a2} is rejected. Harum Roti and Kue needs to maintain the elements that have been rated well by customers and need to improve the things that are still lacking.*

Keywords: *product quality, product variety, taste, product availability, buying interest.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era industrialisasi yang semakin kompetitif ini diikuti dengan era globalisasi telah membuat Indonesia semakin berkembang dalam hal industri dan bisnis. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai usaha di Indonesia yang khususnya bergerak dalam bidang kuliner. Tidak dapat dipungkiri, manusia sebagai makhluk hidup pasti membutuhkan makan, kebutuhan untuk makan inilah yang membuat saat ini bisa sangat mudah ditemui berbagai rumah makan serta usaha yang baru saja dirintis tetapi sudah memiliki banyak konsumen.

Setiap pelaku bisnis akan berlomba – lomba untuk mensukseskan usaha nya dengan memikirkan taktik untuk menarik konsumen lebih banyak lagi, tidak terkecuali untuk usaha seperti toko roti. Dengan memikirkan taktik seperti memfokuskan pada produk yang akan diperjualbelikan, termasuk banyaknya pilihan produk yang ditawarkan serta memberikan inovasi keunikan dari produk tersebut yang tidak dapat diperoleh di tempat lain. Variasi produk merupakan langkah inovatif yang dilakukan oleh produsen roti untuk mengembangkan usahanya, diantaranya dengan menambah variasi rasa, kemudian membuat roti dengan warna dan bentuk yang unik agar konsumen tertarik. Pemilihan bahan baku yang berkualitas pada saat produksi perlu diperhatikan karena hal itu nantinya akan berpengaruh dengan kualitas produk yang dihasilkan terutama

pada tekstur roti. Sementara itu ketersediaan barang pada outlet untuk toko roti tersebut menjadi faktor yang penting juga. Hendaknya sebuah toko selalu mengecek ketersediaan barang pada outletnya agar tidak terjadi kasus konsumen kehabisan barang. Hal itu bisa membuat konsumen merasa tidak puas dan memilih untuk berpindah ke toko lain hanya untuk mencari barang atau produk yang diinginkan.

Toko Harum Roti dan Kue merupakan salah satu toko roti yang terletak di Yogyakarta. Toko roti ini menjual berbagai macam roti, kue kering, kue tart hingga jajanan pasar yang selalu menjadi andalan konsumennya. Bisa dikatakan bahwa toko roti ini memiliki banyak konsumen atau pelanggan. Banyak ditemui komentar positif di ulasan pada google yang berkaitan dengan kualitas produk di toko Harum Roti dan Kue. Namun tidak jarang juga toko Harum Roti dan Kue mendapat komentar negatif. Beberapa konsumennya mengatakan bahwa produk di toko Harum Roti dan Kue saat ini kualitasnya menurun. Ada beberapa produk yang memiliki aroma yang tidak enak, ada beberapa roti yang sudah tidak layak jual, kemudian konsumen lain mengeluhkan bahwa produk yang ada di toko Harum Roti dan Kue semakin lama semakin tidak lengkap, setiap harinya banyak rak yang terlihat kosong serta harga yang terlalu mahal banyak dikeluhkan para konsumen juga. Karena menurunnya kualitas produk di toko Harum Roti dan Kue tersebut banyak konsumen yang memilih untuk berpindah ke toko roti lain yang masih memiliki produk yang beragam serta rasa yang masih terjaga.

Berdasarkan penjelasan diatas, dalam penelitian ini akan dibahas mengenai kualitas dari produk yang dihasilkan di salah satu toko roti di daerah Yogyakarta yang cukup banyak konsumennya, yaitu pada toko Harum Roti dan Kue. Melalui poin-poin tersebut diharapkan dapat menjadikan toko Harum Roti dan Kue sebagai perhatian utama konsumen dalam hal kunjungan dan pembelian produk.

B. Rumusan Masalah

Diketahui bahwa toko Roti Harum akhir-akhir ini sering mendapat komentar negatif di sosial media maupun ulasan pada Google terkait kualitas produk, banyak konsumen mengatakan bahwa kualitas produk pada toko Roti Harum menurun, seperti ditemukan produk dari toko roti ini yang tidak layak jual, serta tidak lengkapnya produk yang disediakan.

Berdasarkan teori Kotler and Keller (2008:41) mengenai dimensi kualitas produk dan didasari pula oleh latar belakang masalah diatas maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Mencakup apa saja dimensi kualitas produk yang ada di toko Harum Roti dan Kue ?
2. Apa pengaruhnya antara dimensi kualitas produk terhadap minat beli konsumen di toko Harum Roti dan Kue baik secara simultan maupun parsial?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan dengan lebih fokus dan mendalam, oleh sebab itu, penulis membatasi diri pada :

1. Dimensi untuk mengukur kualitas produk menurut Kotler dan Keller (2008:41) yaitu kesesuaian produk dengan selera dan harapan konsumen, jenis-jenis produk yang bervariasi serta jumlah atau kuantitas produk konsumsi yang sebagaimana mestinya. Namun agar penelitian lebih mendalam maka hanya difokuskan pada variasi produk, cita rasa, dan ketersediaan produk.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apa saja yang tercakup dalam dimensi kualitas produk di toko Harum Roti dan Kue.
2. Untuk mengetahui apa pengaruh antara dimensi kualitas produk terhadap minat beli konsumen di toko Harum Roti dan Kue secara simultan maupun parsial.

E. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, baik manfaat teoritis maupun manfaat praktis, yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori-teori yang sudah ada serta memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan

pada umumnya dan menambah pengetahuan tentang kualitas produk dan dimensi yang tercakup di dalamnya.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi Penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai sarana menambah wawasan mengenai informasi yang akan dibahas.
- b) Bagi toko Harum Roti dan Kue, manfaat yang akan didapat dari penelitian ini bagi pihak toko roti Harum adalah sebagai informasi dan bahan untuk evaluasi terkait faktor yang dibahas dengan minat beli konsumen.
- c) Bagi STP AMPTA, manfaat yang akan didapat dari penelitian ini bagi pihak STP AMPTA adalah sebagai acuan untuk penelitian kedepan yang relevan.