

## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Eat Cake Tulungagung

Roqis Riafinola<sup>a\*</sup>, Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Mahasiswa/ Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

<sup>b</sup> Dosen/ Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Received : 24-05-2025

Revised : 04-06-2025

Accepted : 13-06-2025

**Keywords:** Price, Product Quality, Repurchase Interest

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang

Corresponding Author:  
[roqisriafiola@gmail.com](mailto:roqisriafiola@gmail.com)\*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality on repurchase interest. Quantitative research type with data analysis using multiple linear regression. The number of samples is 96 respondents. Data collection techniques using questionnaires. Partially, product quality affects repurchase interest, price affects repurchase interest. Simultaneously, product quality and price affect repurchase interest. The results of this study state that product quality has a value  $t$ -calculus  $> t$ -table namely  $2,001 > 1,985$ , so it can be concluded that there is a positive and significant influence of price on repurchase interest, the price has a value  $t$ -calculus  $> t$ -table namely  $16,703 > 1,985$ , so it can be concluded that there is a positive and significant influence of price on repurchase interest. Simultaneously it has a value  $t$ -calculus  $(179,244) > t$ -tabel  $(3,942)$  and has a value significance of  $0,000 < 0,05$ . The result of the adjusted R Square value of 79% is the influence of the product quality variabels (X1) and price variabels (X2) and the remaining 21% is influenced by other factors that were not included in this study.*

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang dan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli ulang. Jenis penelitian kuantitatif dengan analisis data menggunakan regresi linear berganda. Jumlah sampel 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang, harga berpengaruh terhadap minat beli ulang. Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,001 > 1,985$ , maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk

terhadap minat beli ulang, harga memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $16,703 > 1,985$ , maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap minat beli ulang. Secara simultan memiliki nilai  $F_{hitung} (179,244) > F_{tabel} (3,942)$  dan memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil dari nilai Adjusted R Square sebesar 79% merupakan pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) dan sisanya 21% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

## PENDAHULUAN

Di zaman sekarang dunia usaha berkembang dengan pesat. Banyak pelaku bisnis yang mendirikan usaha, banyak pabrik bermunculan, banyak produk yang dihasilkan, potensi pasar yang besar dan jaringan bisnis yang meluas. Salah satu usaha yang menjanjikan adalah usaha di bidang makanan dan minuman karena makanan dan minuman selalu dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia sehingga memiliki banyak konsumen. Dengan terus mengembangkan produk baru dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk makanan dan minuman.

Selain itu, usaha makanan dan minuman bisa dimulai dengan modal yang kecil dan dapat dijadikan pilihan untuk terus mendapatkan keuntungan. Dengan adanya permintaan konsumen yang beragam maka pelaku usaha semakin meningkat. Pelaku usaha ini berupaya untuk menciptakan produk yang beragam dan menarik sesuai dengan kebutuhan konsumen. Produk yang menarik konsumen akan menciptakan keputusan pembelian, juga sebagai pembeda dari produk lain dan memastikan produk yang dihasilkan diterima baik oleh konsumen (Lestari et al., 2023). Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya konsep restoran yang unik seperti menyediakan menu makanan yang sehat dan tempat yang bersih yang dapat menarik minat konsumen. Selain itu, banyak usaha makanan dan minuman yang populer yang membuka franchise usaha makanan dan minuman yang dapat dijadikan sebagai peluang usaha baru untuk mendapatkan keuntungan. Juga ada layanan pengantar makanan dan minuman yang menggunakan aplikasi yang terus berkembang dengan pesat. Semua itu menunjukkan bahwa usaha makanan dan minuman terus berkembang seiring dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang (Qudus & Amelia, 2022).

Dengan memiliki produk yang menarik, pengusaha harus bisa mempertahankan pelanggan dan terus meningkatkan pembelian agar bisa menghadapi persaingan yang semakin ketat. Kualitas produk dan harga yang telah sesuai dengan apa yang diterima oleh konsumen maka konsumen akan merasa puas dan dapat mempengaruhi minat beli ulang pada konsumen. Minat beli ulang itu terjadi ketika produk yang dihasilkan memiliki manfaat yang sesuai keinginan konsumen, memiliki produk yang bertahan lama dan

memiliki harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan. Untuk mempengaruhi konsumen agar bisa meningkatkan minat beli ulang terhadap produk yang dihasilkan maka perlu untuk memperbaiki kualitas produk dan juga harga agar dapat membuat minat beli ulang agar konsumen meningkat dan terus berkelanjutan dalam pembelian.

Pada dasarnya semua orang dalam mengambil keputusan itu sama. Ketika konsumen membeli barang atau jasa yang diterima itu memberikan kepuasan kepada konsumen maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut secara berulang kali. Menurut Anum & Badau (2023) minat beli ulang adalah tindakan melakukan pembelian yang secara berulang lebih dari satu kali atau beberapa kali. Kualitas produk menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

Menurut Tjiptono dalam Aditya & Yasa (2024) kualitas produk adalah gambaran produk yang baik berupa barang maupun jasa yang memberikan manfaat sesuai yang diharapkan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong dalam Anggraeni & Setiorini (2021) harga adalah jumlah uang yang dibayar untuk suatu produk atau nilai yang dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat, kepemilikan atau penggunaan produk tersebut. Harga memainkan peran penting dalam strategi pemasaran. Dengan harga yang tepat, perusahaan dapat menarik konsumen untuk membeli sekali bahkan dapat membangun hubungan jangka panjang yang mendorong minat beli ulang. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Eat Cake Tulungagung”.

Menurut Anum & Badau (2023) minat beli ulang adalah tindakan melakukan pembelian yang secara berulang lebih dari satu kali atau beberapa kali.

Menurut Kotler dan Keller dalam A'yun & Fitra (2023) kualitas produk adalah kemampuan suatu barang yang memberikan hasil yang sesuai bahkan melebihi harapan yang diinginkan pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam Wanda & Susanto (2024) harga adalah nilai uang yang ditukarkan oleh konsumen untuk barang atau jasa yang dijual atau ditawarkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anjellia & Herawati (2024) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Smartphone Xiaomi di Kota Bandung.” yang mendapatkan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang dan harga berpengaruh oleh minat beli ulang. Berdasarkan pengaruh antara variabel kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

**Ha1:** Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen Eat Cake Tulungagung.

**Ha2:** Terdapat pengaruh harga terhadap minat beli ulang konsumen Eat Cake Tulungagung.

**Ha3:** Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang konsumen Eat Cake Tulungagung.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional yang bertujuan untuk menentukan apakah ada hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa memanipulasi data (Aji et al., 2023). Dalam penelitian ini menggunakan rancangan penelitian non eksperimen yaitu data tidak sengaja ditimbulkan yang berarti data sudah ada. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah membeli minimal satu kali pembelian di Eat Cake Tulungagung. Sampel yang digunakan berjumlah 96 responden. Pengambilan data menggunakan penyebaran kuesioner (angket). Kuesioner (angket) tersebut disebarikan kepada konsumen yang pernah membeli minimal satu kali pembelian di Eat Cake Tulungagung.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang konsumen Eat Cake Tulungagung secara parsial dan simultan. Jumlah responden 96 konsumen Eat Cake Tulungagung. Dengan hasil analisis data yang diperoleh menggunakan bantuan program IBM SPSS *Statistics 26 for windows*.

**Tabel 1.** Hasil Uji t (Parsial)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.162	.497		2.337	.022
	Kualitas Produk	.370	.185	.102	2.001	.048
	Harga	.736	.044	.848	16.703	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dari tabel 1 diatas bahwa hasil uji t dalam varibel kualitas produk terhadap minat beli ulang memiliki nilai  $\text{sig.t} < \alpha$  sebsar  $0,048 < 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  sebesar 2,001

> 1,985, maka nilai hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif diterima ( $H_a$ ) diterima yang dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang.

Dari tabel 1 diatas bahwa hasil uji t dalam variabel harga terhadap minat beli ulang memiliki nilai  $\text{sig.t} < \alpha$  sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  sebesar  $16,703 > 1,985$ , maka nilai hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan hipotesis alternatif diterima ( $H_a$ ) diterima yang dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh harga terhadap minat beli ulang.

**Tabel 2.** Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.750	2	16.375	179.244	.000 <sup>b</sup>
	Residual	8.496	93	.091		
	Total	41.246	95			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dari tabel 2 diatas bahwa  $F_{\text{hitung}} (179,244) > F_{\text{tabel}} (3,942)$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang.

**Tabel 3.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.891 <sup>a</sup>	.794	.790	.30225

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

Dari tabel 3 diatas bahwa pada kolom R diketahui koefisiensi korelasi sebesar 0,981

dan pada kolom Adjusted R Square nilai determinasi sebesar 0,790 atau sebesar 79%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa 79% merupakan pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) sedangkan sisanya sebesar 21% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang**

Hasil dari kualitas produk menunjukkan peningkatan dimana akan mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Berdasarkan hasil dari uji t menunjukkan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Setiawan et al (2022) berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus Pada Rumah Makan Sederhana Cabang Bandung Pasteur)”, yang memiliki hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang.

### **Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Ulang**

Hasil dari harga menunjukkan peningkatan dimana akan mempengaruhi minat beli ulang konsumen. Berdasarkan hasil dari uji t menunjukkan harga berpengaruh terhadap minat beli ulang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Purnomo & Wijaksana (2022) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Coffe Shop di Pekalongan)”, yang memiliki hasil bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap minat beli ulang.

## **SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN**

Berdasarkan dari hasil analisis disimpulkan sebagai berikut; 1. Secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen Eat Cake Tulungagung. Berdasarkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,001 > 1,985$  dan nilai sig.  $< 0,05$  yaitu  $0,048 < 0,05$ , yang dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli ulang, 2. Secara parsial pengaruh harga terhadap minat beli ulang konsumen Eat Cake Tulungagung. Berdasarkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $16,703 > 1,985$  dan nilai sig.  $< 0,05$  yaitu  $0,000 < 0,05$ , yang dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif positif dan signifikan antara harga terhadap minat beli ulang.

Berdasarkan dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel harga yang menunjukkan pengaruh paling dominan terhadap minat beli ulang dengan nilai  $t_{hitung}$  yaitu sebesar 16,703, lebih besar dibandingkan dengan variabel kualitas produk. Selain itu, menunjukkan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yaitu sebesar 0,790 atau 79% yang dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini 79% minat beli ulang

dipengaruhi oleh variabel kualitas produk dan harga sedangkan sisanya yaitu 21% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

### **Saran**

Berdasarkan dari analisis penelitian yang didapatkan penelitian memberikan saran sebagai berikut: 1) Bagi Eat Cake Tulungagung. Berdasarkan dari hasil penelitian terdapat pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang. Pemilik Eat Cake Tulungagung harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas produknya. Selain itu, untuk menetapkan harga yang kompetitif itu sangat penting, yang diharapkan konsumen itu mampu memberikan nilai yang sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan oleh konsumen agar konsumen terus melakukan minat beli ulang produk Eat Cake Tulungagung, 2) Bagi konsumen. Dalam membeli produk diharapkan konsumen bisa memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan. Dengan sikap konsumen yang bijak dapat membantu konsumen merasa puas dengan nilai yang mereka keluarkan, 3) Bagi peneliti selanjutnya. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel lain yang sesuai dengan penelitian ini seperti kepuasan pelanggan, loyalitas merek, pengalaman konsumen dan promosi dengan variabel tambahan tersebut dapat memberikan analisis yang lebih mendalam.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- A'yun, S. K., & Fitra, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Variasi Produk, dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett Whitening Body Lotion. *Journal of Digital Business and Management*, 2(1), 44–54.
- Aditya, I. G. G., & Yasa, N. N. K. (2024). *Niat beli ulang: Persepsi Harga, Brand Image, dan Kualitas Produk*. PT. MEDIA PUSTA INDO.
- Aji, G., Safitri, N., Wijaya, R. N., Basilla, W. D., & Nadia. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Coffee Shop di Pekalongan). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(2), 131–140.
- Anggraeni, D., & Setiorini, A. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan PT Sakyong Putra Pratama. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, 22(2), 64. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v3i0.24>.
- Anjellia, R. R. D., & Herawati, S. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang konsumen Smartphone Xiaomi di Kota Bandung. *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 63–76.
- Anum, F., & Badau, M. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Emina di Shopee. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(1), 137–145.
- Lestari, S. A., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand

Image Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pada Minuman Teh Botol Sosro Di Depok. *Journal of Economic, Bussines and Accounting*, 7(1), 2529–2531. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i1.8173>

Purnomo, A. N., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen BBQ Mountain Boys Burger Bandung. *E-Proceeding of Management*, 9(1), 36–42.

Qudus, M. R. N., & Amelia, N. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Pada Minat Beli Ulang Konsumen Restoran Ayam Bang Dava. *International Journal Administration Business & Organization*, 3(2), 20–31. <https://doi.org/10.61242/ijabo.22.207>

Setiawan, E., Rizki, F. H., & Veranita, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus pada Rumah Makan Sederhana Cabang Bandung Pasteur). *Journal of Economic, Businnes and Accounting*, 5(2), 893–904.

Wanda, E. S., & Susanto, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Toko Lariez48 di Sampit. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 115–126.