

# Outline Journal of Management and Accounting

Journal homepage: <https://journal.outlinepublisher.com/index.php/OJMA/index>

Research Article

## The Effect of Product Quality of UMKM Bolu Menara on Buying Interest of Faculty of Economics Students

(Pengaruh Kualitas Produk UMKM Bolu Menara Terhadap Minat Beli Mahasiswa Fakultas Ekonomi)

Sri Wulandari Br Tarigan<sup>1</sup>, Nikasyah Limbong<sup>2</sup>, Novia Christiani<sup>3</sup>, Christin Lince<sup>4</sup>, Debora Marpaung<sup>5</sup>, Yemima Eleonore<sup>6</sup>, Iqbal Syahputra<sup>7</sup>, Muammar Renaldi<sup>8</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6,7,8</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan, Indonesia

\*Correspondence: E-mail: [sritarigan@mhs.unimed.ac.id](mailto:sritarigan@mhs.unimed.ac.id)

Keywords:

Product Quality  
MSME  
Purchase Intention

Abstract

This study aims to examine the effect of product quality of Bolu Menara MSMEs on buying interest of students of the Faculty of Economics, State University of Medan. Product quality is seen as a major factor that determines purchasing decisions, especially among students. The study used quantitative methods with data collection through questionnaires distributed to 30 respondents. The results of the analysis show that the product quality of Bolu Menara has a significant and positive influence on students' purchase intention, with a contribution of 77.4%. Aspects of texture, taste, packaging, and price are important indicators in determining buying interest. The conclusion of this study is that improving product quality has the potential to increase the attractiveness of Bolu Menara as the top choice in the student market. These findings provide strategic insights for MSMEs to develop products that suit the preferences of young consumers.

## PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah serta menciptakan lapangan kerja. Salah satu UMKM yang menonjol adalah UMKM Bolu Menara, yang terkenal dengan produk bolunya yang memiliki variasi rasa dan kemasan yang menarik. Namun, dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, UMKM seperti Bolu Menara perlu terus berfokus pada kualitas produk untuk menarik minat beli dari konsumen, termasuk kalangan mahasiswa. Penelitian ini akan mengkaji sejauh mana kualitas produk Bolu Menara berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (UNIMED).

Di tengah persaingan yang ketat, kualitas produk yang dihasilkan UMKM menjadi faktor krusial yang menentukan minat beli mahasiswa, terutama sebagai generasi muda yang aktif mengonsumsi produk UMKM. Ketika mahasiswa melihat produk yang ditawarkan, mereka cenderung mempertimbangkan kualitas produk

sebagai faktor utama, sehingga tercipta keyakinan dan keputusan untuk mencoba produk tersebut. Berbagai cara bisa dilakukan perusahaan guna menciptakan produk utama yang berkualitas agar diminati oleh mahasiswa. Pada umumnya, kesuksesan suatu perusahaan dalam meluncurkan dan mengenalkan produknya di pasaran sangat dipengaruhi oleh minat beli mahasiswa terhadap produk yang akan diperjualbelikan agar pasar produk tersebut dapat diterima sesuai harapan mereka.

Kualitas produk merupakan masalah penting yang harus diupayakan oleh setiap perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar (Evalia et al., 2022). Kualitas produk adalah salah satu komponen penting dalam menciptakan atau mempertimbangkan strategi perusahaan. Jika kualitas produk yang dihasilkan bagus, maka produk tersebut akan menjadi daya tarik tersendiri bagi mahasiswa dalam menentukan pilihan pembelian. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak memadai atau tidak sesuai harapan, mahasiswa akan beralih pada produk sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diharapkan, diperlukan suatu standarisasi kualitas guna memastikan produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan, sehingga sesuai dengan segmentasi pasar yang dituju. Produk dapat dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan mahasiswa (Arianty, 2015).

Kualitas produk merupakan faktor utama yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama bagi mahasiswa yang memiliki preferensi dan harapan tertentu terhadap produk yang mereka beli. Dalam konteks ini, kualitas produk dapat mencakup berbagai aspek seperti rasa, keawetan, kemasan, hingga harga yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan. Mahasiswa Fakultas Ekonomi sebagai konsumen memiliki tingkat pengetahuan yang baik tentang manajemen dan pemasaran produk, sehingga ekspektasi mereka terhadap kualitas produk cenderung lebih tinggi.

Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengukur pengaruh kualitas produk Bolu Menara terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMED. Seiring dengan meningkatnya persaingan di industri makanan ringan, UMKM perlu memperhatikan aspek kualitas produk yang ditawarkan untuk menjaga daya saing. Produk makanan seperti bolu tidak hanya dinilai dari rasa, tetapi juga dari kualitas kemasan, kebersihan, serta daya tarik visual yang mampu menciptakan kesan pertama yang positif. Dengan memperhatikan kualitas secara menyeluruh, UMKM Bolu Menara diharapkan dapat meningkatkan minat beli, khususnya dari kalangan mahasiswa yang merupakan salah satu segmen pasar potensial di sekitar kampus UNIMED.

Keberhasilan dalam memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa dapat dicapai melalui inovasi produk yang mengikuti tren permintaan saat ini, mengingat kecenderungan mahasiswa untuk mengikuti perkembangan zaman. Kualitas produk berhubungan erat dengan minat beli mahasiswa, yang pada akhirnya dapat memengaruhi keputusan mereka dalam memilih satu dari beberapa opsi yang tersedia. Produk berkualitas harus memenuhi standar mutu sebagai strategi bisnis yang efektif dalam menyediakan barang atau jasa untuk kepuasan mahasiswa, yang pada gilirannya akan menumbuhkan minat beli. Minat beli ini akan muncul secara alami dalam diri mahasiswa ketika mereka merasa tertarik dan terdorong terhadap produk yang dilihat, berencana untuk membeli, dan nantinya akan mengonsumsinya (Karundeng et al., 2019).

Menurut Purnama dan Rialdy (2019), kualitas produk (*product quality*) adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, baik yang dinyatakan maupun tersirat, melalui interaksi langsung atau tatap muka antara penjual dan mahasiswa sebagai calon konsumen. Dalam proses memperkenalkan produk, penyampaian informasi kepada mahasiswa serta membujuk mereka agar membeli produk dilakukan melalui komunikasi pribadi. Minat beli merupakan pernyataan mental dari mahasiswa yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Ini penting bagi para pemasar untuk memahami minat beli mahasiswa terhadap suatu produk.

Perilaku pembelian mahasiswa dimulai dan dipengaruhi oleh berbagai stimulus eksternal, baik dari pemasaran maupun lingkungan sekitar. Setelah menerima stimulus tersebut, individu akan memprosesnya berdasarkan karakteristik pribadinya, kemudian mengambil keputusan pembelian. Karena itu, untuk menarik mahasiswa, pengusaha dapat mengoptimalkan faktor-faktor dalam bauran pemasaran, seperti penelitian dan pengembangan kualitas produk. Berdasarkan penjelasan ini, peneliti perlu melakukan studi mengenai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli mahasiswa.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya kualitas produk dalam meningkatkan minat beli pada pasar mahasiswa, yang dapat menjadi masukan strategis bagi UMKM Bolu Menara dalam mengembangkan bisnisnya. Dengan memahami kebutuhan dan ekspektasi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMED terhadap produk makanan ringan, diharapkan UMKM Bolu Menara dapat lebih efektif dalam merancang strategi kualitas produk yang sesuai.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **a. Kualitas Produk**

Menurut Weenas (2013:609) kualitas produk adalah kemampuan untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini didukung berdasarkan penelitian terdahulu oleh Jeerasantikul dan Liao (2018) yang menunjukkan kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dan pemasaran merupakan serangkaian proses yang dilakukan oleh usaha untuk menciptakan suatu nilai bagi pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai perusahaan yang unggul (Kotler dan Armstrong, 2014). Didalam pemasaran perlu memahami perilaku konsumen, menurut Kotler dan Keller (2008) perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan menempatkan barang jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen yang perlu diperhatikan terkait dengan keputusan pembelian.

Kualitas produk adalah suatu upaya perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen melalui produk yang ditawarkan. Kualitas produk yang dilakukan oleh Bolu Menara Medan dirasa belum optimal. Kualitas produk sebagai faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas. Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan konsumen. Konsumen yang akan menentukan berkualitas atau tidaknya suatu produk. Melalui kualitas pelayanan ini pengusaha akan mampu mengetahui baik atau tidaknya jasa atau barang yang diproduksi.

Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono (2012) mengatakan bahwa keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara actual melakukan pembelian suatu produk. Menurut Alli (2004 dalam Willy Wijaya, 2017) kualitas makanan adalah semua ketentuan yang telah ditetapkan yang berhubungan dengan karakteristik kualitas makanan yang diperlukan untuk memuaskan keinginan dan harapan konsumen. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk itu (Kotler, 2012). Sedangkan kualitas pelayanan menurut Tjiptono dan Chandra (2005) merupakan ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

### **b. UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)**

Menurut Hastuti pada tahun 2020, UMKM adalah kegiatan usaha yang dapat mendorong pemerataan ekonomi masyarakat dan memberikan lapangan pekerjaan. UMKM merupakan usaha yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Tujuan dari UMKM yaitu menumbuhkan dan mengembangkan usaha untuk membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disebut dengan UMKM merupakan suatu usaha yang dilakukan secara tunggal maupun jamak. UMKM juga dapat diartikan sebagai bisnis yang dapat dijalankan secara individu, kelompok, badan usaha kecil, atau rumah tangga. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. UMKM dapat menjadi sumber mata pencaharian masyarakat sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di suatu daerah (Nugroho et al., 2020).

Selain itu, pelaku usaha juga perlu mengetahui apakah usaha bisnis yang ada dapat memberikan laba yang sesuai dengan usaha dan modal yang telah dikeluarkan. Untuk dapat mengetahui apakah usaha tersebut layak atau tidak dalam pengembangan investasi agar perusahaan tetap eksis dan memberikan keuntungan yang optimal, perlu dilakukan evaluasi atau penilaian terhadap aspek-aspek yang ada di dalam perusahaan.

Keberadaan UMKM juga memerlukan dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintahan, sektor swasta, perbankan maupun non perbankan, dan lingkup perguruan tinggi sehingga UMKM dapat berkembang dan bertumbuh menjadi usaha yang mampu memberikan peluang untuk meningkatkan perekonomian masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk menyediakan kebutuhan masyarakat, membuka usaha-usaha yang sedang viral, menyesuaikan selera dan minat masyarakat, harga terjangkau, memperoleh pelanggan setia, serta mendapatkan persediaan barang baku.

Dengan berbagai manfaat tersebut, UMKM dapat menjadi pilar utama dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan memperkuat perekonomian negara. Maka dalam hal ini, peran masyarakat, pemerintah, dan negara dapat dikatakan saling melengkapi dan membutuhkan untuk mencapai kesejahteraan serta kemajuan bangsa

### c. Minat Beli

Minat adalah perasaan yang muncul tanpa adanya suruhan atau arahan yang menimbulkan rasa suka dan keterikatan pada suatu hal atau aktifitas. Minat sendiri diartikan sebagai sebuah penerimaan terhadap keterkaitan pada diri sendiri dan sesuatu pada luar diri. Semakin kuat dan dekat keterkaitan tersebut, maka akan semakin besar pula minat yang muncul (Slameto, 2010).

Minat, menjadi sebuah peranan yang sangat penting bagi diri sendiri. Minat individu pada sebuah objek, pekerjaan, orang, benda dan hal-hal yang berkaitan dengan diri sendiri bisa timbul karena adanya faktor yang mempengaruhi pada sebuah objek yang kita amati. Secara bahasa, minat diartikan sebagai “kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu” (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2000).

Minat beli konsumen pada dasarnya merupakan faktor pendorong dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Duriyanto et al. (2003:109) menyebutkan minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian suatu produk dengan merek tertentu pengetahuan tentang niat beli konsumen terhadap produk perlu diketahui oleh para pemasar untuk mendeskripsikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang.

Minat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap suatu produk hal tersebut berasal dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan menurunkan minat beli konsumen. Minat (Interest) digambarkan sebagai situasi dimana konsumen belum melakukan suatu tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap suatu objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian (Kotler & Kevin, 2016).

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat dinyatakan minat beli adalah perilaku yang muncul pada konsumen yang terdiri dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk dan harga yang ditawarkan pelaku bisnis kepada konsumen. Menurut Mardiatika (2012:15) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen, antara lain: (1) Perhatian (Attention) adanya perhatian yang besar dari konsumen terhadap suatu

produk (barang atau jasa). (2) Ketertarikan (Interest) menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang. (3) Keinginan (Desire) adanya dorongan untuk memiliki. (4) Keyakinan (Conviction) adanya perasaan percaya individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan dari produk yang akan dibeli.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk UMKM Bolu Menara terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMED adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan antara variabel kualitas produk dan minat beli mahasiswa.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang dikumpulkan berupa angka atau numerik. Sumber data yang digunakan adalah data primer yaitu informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian yang dilakukan melalui pengamatan langsung (observasi), questioner (angket) dan wawancara dan data sekunder yaitu informasi yang diperoleh dari buku dan situs internet (Sugiyono, 2013).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMED, sedangkan sampelnya dipilih dengan teknik sampling tertentu, seperti purposive sampling atau simple random sampling, untuk memastikan sampel yang representatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada sampel yang telah ditentukan, baik secara langsung maupun melalui media digital, seperti Google Forms.

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Adapun penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode sensus. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sample. Dalam penentuan sampel, Sugiyono (2019:143) mengemukakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500.

Data yang diperoleh dari hasil kuesioner kemudian diolah dan dianalisis secara statistik menggunakan perangkat lunak analisis data seperti SPSS atau aplikasi serupa. Analisis ini mencakup uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas kuesioner, serta analisis regresi atau korelasi untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara kualitas produk dengan minat beli mahasiswa. Dengan demikian, hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana kualitas produk Bolu Menara berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMED.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

*Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
Laki-Laki	10	33 %
Perempuan	20	66 %
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100 %</b>

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat kesimpulannya bahwa jumlah responden laki-laki lebih sedikit dibandingkan jumlah responden perempuan.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi

*Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Prodi*

Program Studi	Jumlah (Orang)	Persentase
Pendidikan Ekonomi	19	63 %

Pendidikan Bisnis	6	2 %
Akuntansi	2	0.6 %
Manajemen	1	0.3 %
Kewirausahaan	2	0.6 %
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100 %</b>

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden dari program studi pendidikan ekonomi lebih banyak dari pada responden dari program studi lainnya

## Hasil Penilaian Responden

**Tabel 6. Hasil Penilaian Responden Kualitas Produk Bolu Menara**

No	Indikator Variabel	Skor Frekuensi Pernyataan					Total Skor	Jumlah Responden	Rata – Rata Skor	Ket
		SS	S	KS	TS	STS				
		5	4	3	2	1				
1	Menurut anda, apakah tekstur bolu Menara Medan lembut sesuai dengan ekspektasi anda?	13	11	3	3	0	124	30	1,24	Sangat Baik
2	Apakah menurut anda bolu Menara memiliki variasi rasa yang menarik bagi anda?	9	13	3	4	1	119	30	1,19	Sangat Baik
3	Apakah anda merasa bahwa harga bolu Menara Medan sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan?	6	17	5	2	0	100	30	1	Sangat Baik
4	Apakah menurut anda kualitas dari bolu menara bersih?	12	11	5	1	1	122	30	1,22	Sangat Baik
5	Apakah anda merasa produk Bolu Menara adalah kue yang cocok untuk semua usia	10	9	6	4	1	113	30	1,13	Sangat Baik
6	Bolu menara memiliki penampilan yang selalu menarik	9	9	7	5	0	112	30	1,12	Sangat Baik

7	Bolu menara cocok dibawa untuk acara keluarga atau sebagai hadiah	12	11	4	3	0	122	30	1,22	Sangat Baik
8	Bolu menara cocok di rekomendasikan kepada teman-teman dan keluarga karena rasanya yang enak dan kualitas yang bagus	10	8	9	3	0	118	30	1,18	Sangat Baik
Total		81	89	42	25	3	930	240	9,3	
Rata – Rata		10,125	11,125	5,25	3,125	0,375	116,25	30	1,162	

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa kualitas produk belum menara secara menyeluruh mendapatkan skor ( 1,162 ) yang berada pada kriteria sangat baik. Skor tertinggi berada pada indikator " Menurut anda, apakah tekstur bolu Menara Medan lembut sesuai dengan ekspektasi anda? " ( 1,24 ) skor terendah berada pada indikator " Apakah anda merasa bahwa harga bolu Menara Medan sesuai dengan kualitas produk yang di tawarkan? " ( 1 )

**Tabel 7. Hasil Penilaian Responden Minat Beli Produk Bolu Menara**

No	Indikator Variabel	Skor Frekuensi Pernyataan					Total Skor	Jumlah Responden	Rata – Rata Skor	Ket
		SS	S	KS	TS	STS				
		5	4	3	2	1				
1	Desain dan kemasan Bolu Menara Medan menarik perhatian saya untuk membelinya?	8	13	7	2	0	137	30	1,37	Sangat Baik
2	Saya merasa Bolu Menara Medan mudah dijangkau di tempat pembelian terdekat?	10	12	3	3	1	114	30	1,14	Sangat Baik
3	Apakah Anda setuju bahwa harga Bolu Menara terjangkau untuk kantong mahasiswa?	9	14	3	3	1	117	30	1,17	Sangat Baik
4	Apakah Anda sebagai	9	11	3	4	3	109	30	1,09	Sangat Baik

	mahasiswa perantau sering membeli Bolu Menara sebagai oleh-oleh?									
5	Apakah Anda akan membeli Bolu Menara jika ada diskon khusus untuk mahasiswa?	11	9	5	4	1	115	30	1,15	Sangat Baik
6	Apakah anda setuju besar pengaruh kualitas rasa bolu Menara Medan terhadap keinginan Anda untuk membelinya?	10	12	3	4	1	116	30	1,16	Sangat Baik
7	Apakah kualitas produk secara (rasa,aroma, tekstur,kemasan) berpengaruh terhadap keputusan anda dalam membeli bolu Menara Medan	14	12	2	2	0	128	30	1,28	Sangat Baik
8	Apakah menurut anda bolu Menara Medan dapat bersaing dengan produk bolu lain di pasaran dalam hal harga dan juga kualitas jika melihat dari minat pembelinya?	8	12	2	2	0	98	30	0,98	Sangat Baik
<b>Total</b>		<b>79</b>	<b>95</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>7</b>	<b>934</b>	<b>240</b>	<b>8,287</b>	
<b>Rata – Rata</b>		<b>9,875</b>	<b>11,875</b>	<b>3,5</b>	<b>2,5</b>	<b>0,875</b>	<b>116,75</b>	<b>30</b>	<b>1,036</b>	

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa minat beli bolu menara domestic menunjukkan hal baik hasil tabulasi responden secara menyeluruh mendapatkan skor ( 1.036 ) yang berada pada kriteria baik. Skor tertinggi berada pada indikator " Desain dan kemasan Bolu Menara Medan menarik perhatian saya untuk membelinya? " (1,37)

## Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. pada penelitian ini data diolah menggunakan bantuan program SPSS for Windows versi 25.0. Penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0.05. Item pada kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r-hitung yang dimiliki tiap indikator lebih besar daripada r-tabel ( $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ ). Uji validitas dilakukan pada 30 responden. Hasil uji validitas dapat dilihat berdasarkan tabel berikut.

*Tabel Hasil Uji Validitas*

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X)	X1	0.867	0.000	VALID
	X2	0.899	0.000	VALID
	X3	0.869	0.000	VALID
	X4	0.859	0.000	VALID
	X5	0.750	0.000	VALID
	X6	0.852	0.000	VALID
	X7	0.716	0.000	VALID
	X8	0.936	0.000	VALID
Minat Beli (Y)	Y1	0.800	0.000	VALID
	Y2	0.858	0.000	VALID
	Y3	0.789	0.000	VALID
	Y4	0.802	0.000	VALID
	Y5	0.772	0.000	VALID
	Y6	0.781	0.000	VALID
	Y7	0.726	0.000	VALID
	Y8	0.891	0.000	VALID

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa r-hitung indicator yang diuji dalam ppenelitian ini keseluruhan menghasilkan nilai positif dan lebih besar dari nilai r-tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item pertanyaan indikator dalam kuisioner ini dinyatakan valid.

## Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas atau keandalan intsrumen menentukan sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten bila dilakukan pengukuran kembali dengan gejala yang sama (Sugiyono, 2017:209). Rumus mengenai uji reliabilitas menggunakan rumus Cronbach's Alpha  $> 0.60$  yang diolah menggunakan bantuan program SPSS (Statistic Package of Social Science) for Windows 25.0. Uji reliabilitas adalah pengujian yang mengukur tingkat konsisten atau kestabilan data kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas diukur dengan uji statistik cronbach's alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach's alpha  $> 0,60$ . Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

*Tabel Hasil Uji Reliabilitas*

No	Variabel	Cronbatch's Alpha	Hasil
1	Kualitas Produk (X)	0.942	Reliabel
2	Minat Beli (Y)	0.917	Reliabel

Hasil penelitian reliabilitas dari variabel bebas maupun variabel terikat dalam penelitian ini menunjukkan koefisien yang lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas maupun variabel terikat sudah reliabel.

## Analisis Regresi Sederhana

Analisis hasil regresi linear sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X) terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli (Y), untuk menentukan apakah hasilnya positif atau negatif, sehingga memprediksi besaran nilai Variabel terikat (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.535	2.884		1.226	.231
	Kualitas Produk	.880	.090	.880	9.789	.000

- a. Dependent Variable: Minat Beli
- b. Independent Variable : Kualitas Produk

Berdasarkan Tabel diatas diperoleh Hasil  $Y = 3.535$ ,  $X = 0,880$  dan persamaan yang diperoleh dapat menjelaskan pola pengaruh kualitas produk (X) terhadap variabel terikat (Y), yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Constanta = Y adalah besaran nilai variabel dependent (Minat Beli), yaitu sebesar 1.973
2. Koefisien regresi = X adalah besaran nilai yang independent (Kualitas Produk), yaitu 0,880
3. Kesimpulannya adalah bahwa terdapat pengaruh yang positif antara kualitas produk Bolu Menara terhadap minat beli mahasiswa universitas negeri medan (UNIMED). Bila X (Kualitas Produk) bertambah sebesar 1 (satu) satuan, maka nilai Y (Minat Beli) akan meningkat sebesar ) 0,880 atau 88%.

### Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase dari pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 <sup>a</sup>	.774	.766	3.335

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa terdapat hubungan antara kualitas produk dengan minat beli sebesar 0,880 yang berarti bahwa nilai korelasi kualitas produk, dengan minat beli berada pada tingkat tinggi atau kategori tinggi. Selanjutnya untuk koefisien determinan menunjukkan hasil sebesar 0,774 atau 77,4 %. Nilai Koefisien determinan menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 77,4 % dalam mempengaruhi minat beli, dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sehingga kualitas produk yang dimiliki oleh bolu menara dapat dijadikan produk unggulan bagi mahasiswa unimed, masyarakat kota medan, dan Wisatawan yang berkunjung ke kota medan.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, kualitas produk UMKM Bolu Menara secara signifikan memengaruhi minat beli mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan (UNIMED). Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, meliputi tekstur, rasa, variasi, kemasan, serta kesesuaian harga, berkontribusi sebesar 77,4% terhadap keputusan pembelian mahasiswa, dengan 22,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam menarik minat konsumen, terutama mahasiswa, yang cenderung memilih produk berdasarkan standar kualitas tinggi dan harga yang sesuai.

UMKM Bolu Menara disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produknya, terutama dalam aspek tekstur, rasa, dan daya tahan produk, untuk memastikan kepuasan konsumen dan mendorong pembelian ulang. UMKM dapat memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk meningkatkan promosi, menjangkau

lebih banyak konsumen, serta memperluas pasar produk. Disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang mencakup faktor lain seperti kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, dan strategi pemasaran agar dapat mengoptimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). *KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM DI JAKARTA (STUDI KASUS PEMBELIAN MELALUI TOKOPEDIA) 1* (Vol. 15, Issue 3).
- Erni, R., Hasanah, U., Sarnowo, H., Ratih, A., Indriyani, A., Raharti, R., Kurniawan, A., Putri, M., & Idris, A. (n.d.). *EKONOMI KOPERASI DAN UMKM PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Fachrurazi, H., Ag Sudung Simatupang, S. M., Marto Silalahi, M., Vivi Candra, Ms., Debi Eka Putri, M., & Wisnu Rayhan Adhitya, M. (n.d.). *MANAJEMEN UMKM DAN KOPERASI PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Gregorius Rio Alfrian1), E. P. (n.d.). *STRATEGI USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) BERTAHAN PADA KONDISI PANDEMIK COVID 19 DI INDONESIA*.
- Halaman ; Asmoro, A. A., & Indrarini, R. (2021). *HUBUNGAN INOVASI PRODUK MAKANAN TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT DI GRESIK* (Vol. 4, Issue 1). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Harahap, A. L., & Afandi, A. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk dan Penggunaan Label Halal Serta BPOM Terhadap Minat Beli Skincare Wardah (Studi Kasus pada Mahasiswa di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(2), 2023.
- Hasana, H., & Fajar Alamsyah, G. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE REALME DI SAMPIT. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 85–93.
- Hasan, N., & Susanto, W. E. (n.d.). *Bianglala Informatika Aplikasi Sistem Informasi Koperasi Simpan Pinjam Dengan Metode Incremental*. 8(2), 2020.
- Juniarta, P. P. (n.d.-a). *Pengaruh Kualitas Produk UMKM terhadap Minat Beli Wisatawan Domestik di Desa Wisata Penglipuran*.
- Juniarta, P. P. (n.d.-b). *Pengaruh Kualitas Produk UMKM terhadap Minat Beli Wisatawan Domestik di Desa Wisata Penglipuran*.
- Lucky Mahesa Yahya, Rahmi Datul Ulfa, Renada Amalia, & Mutia Khairun Nisa. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Mahasiswa Terhadap Pembelian Produk UMKM. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(3), 224–232. <https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.622>
- Masyarakat, P., Daerah, D., Boyolali, N., Putri, A. A., & Nurhuda, A. (2023). *Analisis Ontologi Terhadap Peran UMKM Dalam Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Di Daerah Ngemplak Boyolali-Anggi Ariska Putri, et.al Analisis Ontologi Terhadap Peran Umkm Dalam Upaya Meningkatkan*. <https://jurnal.seaninstitute.or.id/index.php/juemi>
- Maulana, A. Z., & Sukresna, M. (n.d.). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN DAN WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Studi: Pada Pelanggan Produk Roti Que Bread Di Kota Bogor). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 11(1), 1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Natasha Grandhis. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*.
- Nur Lia Cahyani, 1 Wahyu Hidayat2. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK MAKANAN, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Konsumen RM. Rindang 84 Cabang Pati)*.
- Safarudin Baihaky1, A. N. Y. R. I. M. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKKEBI SNACKS MALANG. *Jurnal Ilmu Sosial*.
- Setiawan, J., & Cholid, I. (n.d.). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Produk UMKM Di Kota Palembang*.
- Sopiah, N., & Indriani, D. P. (n.d.). *APLIKASI KOPERASI SIMPAN PINJAM MENGGUNAKAN METODE BERORIENTASI OBJEK*.
- Studi, P. (2015). *APLIKASI PENGELOLAAN SIMPAN PINJAM PADA KOPERASI KARYAWAN BANK JATIM SURABAYA KERJA PRAKTIK*.