

PENGARUH KUALITAS PRODUK IKAN ASAP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA SENTRA IKAN ASAP DI UMKM IKAN ASAP DUSUN GEDANG KLUTUK DESA KEDUNGBOTO PASURUAN)

Adi Robith Setiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarakiyah Tasikmalaya

Email: adirobith@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai rumusan permasalahan yaitu sebesar apakah pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear. Populasi yang diambil adalah konsumen UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan. Teknik pengumpulan data menggunakan survei data primer dengan metode *accidental sampling*. Data hasil survei dianalisis dengan menggunakan aplikasi software SPSS Versi 24. Berdasarkan hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan positif terhadap Minat Beli sebesar 67 %. Berdasarkan tabel hasil Uji t diperoleh angka untuk variabel Kualitas Produk (X) sebesar 8,427 dengan nilai t_{tabel} yaitu 1,68830. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $8,427 > 1,68830$ pada taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya Kualitas Produk berpengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

This study has a formulation of the problem, namely how much influence the Product Quality variable has on Purchase Intention. This study aims to determine the effect of the Product Quality variable on Purchase Intention. This study uses the method of linear regression analysis. The population taken is UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk, Kedungboto Pasuruan Village. Data collection techniques using primary data surveys with accidental sampling method. The survey data were analyzed using the SPSS software application Version 24. Based on the results of the linear regression analysis, it showed that the Product Quality variable had a significant positive effect on Purchase Intention by 67%. Based on the t test results table, the score for the Product Quality variable (X) is 8.427 with a ttable value of 1.68830. So that $t_{count} > t_{table}$ or $8.427 > 1.68830$ at a significance level of $0.000 < 0.05$. Thus, H_0 is rejected, and H_a is accepted, which means that product quality has a significant positive effect on the Buying Interest of UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk, Kedungboto Pasuruan Village.

Keywords: Product Quality, Purchase Intention.

PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi produksi secara umum adalah sebuah kegiatan yang menghasilkan, menciptakan dan menambah daya guna dari sebuah barang produksi atau jasa. Ada dua jenis kegiatan produksi yang perlu diketahui, pertama adalah kegiatan produksi barang dan kegiatan produksi jasa. Kegiatan produksi barang merupakan sebuah kegiatan yang berfungsi untuk bisa untuk menambah daya guna sebuah barang dengan cara mengubah bentuk dan juga sifat dari barang tersebut. Sementara itu, produksi jasa merupakan sebuah kegiatan produksi yang bertujuan untuk menambah daya guna tetapi tidak sampai mengubah bentuknya. Kegiatan produksi merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang tentunya memiliki peranan penting dan saling berhubungan dengan dua kegiatan ekonomi lainnya, yaitu distribusi dan konsumsi. Tanpa adanya barang produksi, maka tidak akan ada kegiatan distribusi dan juga konsumsi barang tersebut. Setiap kegiatan ekonomi akan melibatkan banyak pihak di dalamnya, termasuk juga kegiatan produksi. Para pengusaha yang memang menginginkan agar produknya bisa

memiliki kualitas tinggi memerlukan faktor produksi yang juga berkualitas serta strategi dan perencanaan produksi yang jitu.

Kegiatan usaha pemanfaatan sumber daya ikan tidak akan menghasilkan manfaat, serta nilai ekonomis yang tinggi apabila tidak diikuti dengan kegiatan usaha pengolahan dan pemasaran yang baik. Untuk itu perlu dilakukan kegiatan pengolahan produk hasil perikanan berkelanjutan. Dengan pengembangan kegiatan usaha pengolahan ikan ini diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah (*value added*) dan menciptakan variasi (ragam) produk, sehingga segmen pasar lebih luas dan memiliki hasil produksi yang berkualitas.

Persaingan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan satu hal yang sangat penting. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan itu sendiri sangat dipengaruhi oleh tingkat mutu yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan yang meliputi kualitas produk, harga serta ketetapan waktu pengiriman. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada kualitas produk akan tetapi juga harus meningkatkan kualitas pada aspek lainnya yang termasuk dalam sistem perusahaan seperti kualitas bahan mentah dari pemasok, kualitas tenaga kerja, kualitas mesin dan teknologi yang digunakan, serta sistem pemasaran yang efektif dan juga sistem distribusi yang tepat waktu.

Sektor perikanan merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan nasional. Indonesia memiliki potensi sumberdaya perikanan yang tinggi, mengingat statusnya sebagai negara maritim dengan 2/3 luas wilayahnya berupa perairan. Disamping itu, masyarakat Indonesia yang bergerak di bidang perikanan, terutama perikanan tradisional relatif besar, sehingga pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir akan memberikan manfaat yang nyata bagi perekonomian nasional.

Ikan sebagai salah satu sumber daya alam (SDA) yang terkandung di perairan laut dan perairan umum yang dimiliki oleh bangsa. Indonesia merupakan sumber daya yang sangat berpotensi untuk dikembangkan bagi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat secara luas. Potensi sumber daya ikan dibagi menjadi dua sesuai dengan wilayahnya, yaitu sumber daya ikan yang terdapat di perairan laut dan sumber daya ikan yang terdapat di perairan umum, yaitu sungai, danau, waduk dan rawa-rawa.

Pengasapan ikan merupakan penggabungan, pengeringan dan pemberian asap. Pengasapan memiliki beberapa keuntungan yaitu memberikan efek pengawetan, mempengaruhi citarasa, memanfaatkan hasil tangkap berlimpah hal ini memungkinkan ikan untuk disimpan lebih lama, dan meningkatkan ketersediaan protein bagi masyarakat sepanjang tahun. Ikan asap menjadi awet karena adanya pengurangan kadar air di dalam asap seperti golongan fenol yang dapat menghambat pertumbuhan mikroorganisme dan berperan sebagai antioksidan, pengasapan juga memberikan warna, tekstur dan *flavor* yang khas.

Pemilihan bahan baku yang buruk memiliki kecenderungan lebih mudah busuk dan rasa dagng yang tawar akibat banyaknya bakteri pengurai pada tubuh ikan. Pemilihan bahan yang tepat dapat menurunkan risiko kerusakan produk pangan ikan asap dan kontaminasi bakteri *Escherichia coli*. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Tindaon tahun 2016 tentang adanya hubungan antara pemilihan bahan makanan dengan keberadaan bakteri. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wulandari tahun 2014 tentang aspek kebersihan alat produksi serta kebersihan tempat produksi yang praktik cuci tangan memiliki hubungan yang kuat terhadap munculnya bakteri *Escherichia coli* pada produk ikan asap.

Pada tahun 2018 di Desa Kedungboto Pasuruan Jawa Timur salah satu tempat produksi ikan asap yang digemari masyarakat. Bahan baku yang digunakan ialah ikan segar dengan proses pengasapan dengan suhu 100 derajat dan relatif lama. Lama proses pengasapan juga bervariasi karena tergantung dari bentuk dan jenis ikan hingga pengaruh angin yang ada di sekitar lokasi pengasapan.

Desa Kedungboto Pasuruan Jawa Timur merupakan salah satu tempat penjualan dengan

ciri khas produksi ikan asap yang terkenal. Selain berkualitas pasar ikan asap Kedungboto ini juga sangat mudah dijangkau karena lokasinya yang berada di bantaran sungai Kedungboto Kabupaten Pasuruan. Wisatawan yang datang ke pasar ikan asap ini akan disuguhkan pemandangan menarik dengan melihat langsung proses pengasapan ikan sembari menikmati pemandangan air sungai yang ditumbuhi banyak tanaman air seperti eceng gondok. Pasar ikan ini telah mendapat perhatian dari Pemerintah Kabupaten Pasuruan melalui Dinas Kelautan dan Perikanan Pasuruan telah memberikan bantuan peralatan sejak tahun 2012 lalu. Menurut Slamet Nurhandoyo, Kepala Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Pasuruan kehadiran usaha pengasapan ikan berpotensi sebagai Kawasan Kuliner yang menjanjikan, lantaran dapat meningkatkan kesejahteraan para penjual, serta membangkitkan perekonomian Desa Kedungboto itu sendiri. Pasar ikan asap Kedungboto selalu ramai dikunjungi wisatawan yang datang tak sedikit berasal dari luar daerah.

Pada penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi **Pengaruh Kualitas Produk Ikan Asap Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Sentra Ikan Asap Di UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan)**

Identifikasi Masalah

1. Bagaimana Kualitas Produksi Ikan Asap di UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan ?
2. Bagaimana Minat Pembeli Produksi Ikan Asap di UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan ?
3. Seberapa besar pengaruh Kualitas Produksi Ikan Asap Terhadap Minat Pembeli di UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Kualitas Produksi Ikan Asap di UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan ?
2. Untuk mengetahui Minat Pembeli Produksi Ikan Asap di UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan ?
3. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh Kualitas Produksi Ikan Asap Terhadap Minat Pembeli di UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan.

LANDASAN TEORI

1. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009), Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang ditanyakan atau tersirat.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Martono dan Iriani (2014) arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”*. Yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Wijaya dalam Bailia, Soegoto dan Loindong (2014) kualitas produk merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Dengan kata lain, meskipun menurut produsennya, barang yang dihasilkannya sudah melalui prosedur kerja yang cukup baik, namun jika tetap belum mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, maka kualitas barang atau jasa yang dihasilkan oleh produsen tersebut tetap dinilai sebagai suatu yang memiliki kualitas yang rendah. Disamping harus mampu memenuhi standar yang dipersyaratkan oleh konsumen, baik buruknya kualitas barang yang dihasilkan juga dapat dilihat dari konsistensi keterpenuhan harapan dan kebutuhan masyarakat. Pernyataan ini menegaskan kualitas tersebut hendaknya dinilai secara periodik dan berkesinambungan sehingga terlihat konsistensi keterpenuhan di atas standar. Dari beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan dengan harapan dari pelanggan itu sendiri terhadap kualitas produk yang dirasakannya.

Indikator-Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009), ada sembilan dimensi kualitas produk yaitu:

1. Bentuk (*Form*) Produk dapat dibedakan secara jelas dengan yang lainnya berdasarkan bentuk, ukuran, atau struktur fisik produk.
2. Ciri-ciri produk (*Features*) Karakteristik skunder atau perlengkapan yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
3. Kinerja (*Performance*) Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
4. Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*) Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan.
5. Ketahanan (*Durability*) Berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat digunakan.
6. Keandalan (*Reliability*) Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
7. Kemudahan perbaikan (*Repairability*) Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. Idealnya produk akan mudah diperbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak.
8. Gaya (*Style*) Penampilan produk atau kesan konsumen terhadap produk.
9. Desain (*Design*) Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen.

2. Minat Beli Konsumen

Konsumen berasal dari bahasa asing (Belanda/Inggris), *consumenten* dan *consumer* yang arti harfiahnya adalah pembeli. Pengertian lain dari konsumen adalah pemakai, penikmat, pemanfaat, pemakan, peminum, penerima, pendengar, pemirsa dan masih banyak lagi (Mulyadi Nitisusastro, 2013).

Menurut Kotler dan Keller (2009), minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa minat membeli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat.

Minat pembelian menurut Howard dan Sheth merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu. Assael menyatakan bahwa minat pembelian merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Donni Juni Priansa, 2006).

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat dipahami bahwa minat beli konsumen adalah

pemusatan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap suatu barang, kemudian minat tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang tersebut mempunyai manfaat sehingga ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar atau membelinya.

Alat Ukur Minat Pembelian

Minat pembelian konsumen dapat diukur dengan berbagai dimensi. Secara umum, dimensi tersebut adalah berkenaan dengan empat dimensi pokok, yaitu :

- a. Minat transaksional
Minat transaksional merupakan kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk (barang atau jasa) yang dihasilkan perusahaan, ini didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.
- b. Minat referensial
Minat referensial merupakan kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produknya kepada orang lain, minat tersebut muncul setelah konsumen memiliki pengalaman dan informasi tentang produk tersebut.
- c. Minat Preferensial
Minat preferensial merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensi utama terhadap produk-produk tersebut. Preferensi tersebut hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- d. Minat Eksploratif
Minat eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen

Swastha dan Irawan (2011) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat membeli, kegagalan biasanya menghilangkan minat. Tidak ada pembelian yang terjadi jika konsumen tidak pernah menyadari kebutuhan dan keinginannya. Pengenalan masalah (*problem recognition*) terjadi ketika konsumen melihat adanya perbedaan yang signifikan antara apa yang dia miliki dengan apa yang dia butuhkan.

Berdasarkan pengenalannya akan masalah selanjutnya konsumen mencari atau mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang produk yang dia inginkan. Terdapat dua sumber informasi yang digunakan ketika menilai suatu kebutuhan fisik, yaitu persepsi individual dari tampilan fisik dan sumber informasi luar seperti persepsi konsumen lain. Selanjutnya informasi-informasi yang telah diperoleh digabungkan dengan informasi yang telah dimiliki sebelumnya. Semua input berupa informasi tersebut membawa konsumen pada tahap dimana dia mengevaluasi setiap pilihan dan mendapatkan keputusan terbaik yang memuaskan dari perspektif dia sendiri. Tahapan terakhir ada tahap dimana konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak membeli produk.

Indikator-Indikator Minat Beli

Menurut Sepang (2014) Indikator Minat Beli terdiri dari :

1. *Product*

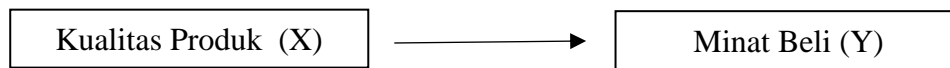
Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan keinginan pasar yang bersangkutan yang meliputi :

- a. Keistimewaan tambahan
- b. Daya tarik produk
- c. Keunikan produk yang disajikan
- d. Kualitas produk yang disajikan

- e. Daya tahan produk yang disajikan
2. *Process*
 Proses dapat dilakukan sebagai gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen yang meliputi :
 - a. Kesigapan responden dalam menyiapkan
 - b. Pengetahuan responden terhadap produk yang ditawarkan
 - c. Lamanya waktu menunggu dalam memesan
 - d. Kecepatan responden dalam menyiapkan pembayaran
3. *Price* (harga)
 Price (harga) adalah persepsi konsumen tentang harga produk yang meliputi :
 - a. Keterjangkauan harga
 - b. Kesesuaian harga dengan kualitas
 - c. Daya saing harga
4. *People*
 Semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.
5. *Place* (tempat)
 Place (tempat) adalah lokasi terdiri dari saluran pemasaran, cakupan pasar, pengelompokkan, lokasi, persediaan dan transportasi.

Hipotesis dan Kerangka Pikir Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis penelitian ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan. Sehingga paradigma kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan uji statistik (Uji T).

METODOLOGI PENELITIAN

1. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian menjelaskan tentang bentuk, jenis dan sifat penelitian. Selain itu, perlu juga dijelaskan variabel-variabel yang dilibatkan dalam penelitian serta sifat hubungan antara variabel-variabel tersebut. Rancangan penelitian diartikan sebagai strategi mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang valid sesuai dengan karakteristik variabel dan tujuan penelitian.

Metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sebagai metode ilmiah/scientific karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkret/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2016) Penelitian ini menekankan pada perhitungan data statistik yang berupa jumlah angka-angka tertentu dengan menggunakan metode korelasi kuantitatif yang bertujuan untuk menemukan ada tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami bahwa penelitian korelasi kuantitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mencari hubungan atau korelasi yang terjadi atas situasi-situasi atau kejadian berupa data statistik yang berbentuk jumlah angka-angka tertentu. Penelitian yang akan peneliti lakukan adalah penelitian korelasi kuantitatif yang akan mencari ada atau tidaknya hubungan sebab akibat yang terjadi antara pengaruh kualitas produk terhadap minat beli, yaitu apakah minat beli konsumen di Desa Gedang Klutuk Dusun Kedungboto Pasuruan disebabkan oleh pengaruh kualitas produk ikan asap yang dijual.

2. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Muhamad, 2013).

Definisi operasional variabel adalah suatu definisi yang dinyatakan dalam kriteria atau operasi yang dapat diuji secara khusus. Definisi dalam penelitian tujuannya adalah memberikan pengertian dan pengukuran konsep (Muhamad, 2013).

Tabel Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator
Kualitas Produk	kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya Kotler dan Keller (2009).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bentuk (<i>Form</i>) Produk 2. Ciri-ciri produk (<i>Features</i>) 3. Kinerja (<i>Performance</i>) 4. Ketepatan/kesesuaian (<i>Conformance</i>) 5. Ketahanan (<i>Durability</i>) 6. Keandalan (<i>Reliability</i>) 7. Kemudahan perbaikan (<i>Repairability</i>) 8. Gaya (<i>Style</i>) Desain (<i>Design</i>) Kotler dan Keller (2009)
Minat Beli	sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk. Kotler dan Keller (2009).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif

3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi, populasi yang dijadikan peneliti sebagai subjek penelitian adalah konsumen ikan asap di Desa Gedang Klutuk Dusun Kebungboto Pasuruan Jawa Timur.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Menurut Sugiyono (2016) Sampel yang baik antara 30-500 responden.

Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 67 responden. Sedangkan pengambilan sampel yang digunakan adalah *Sampling Insidental / Accidental Sampling*.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk menetapkan data guna melengkapi pembuktian masalah, maka dalam masalah ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu:

Kuesioner (angket)

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dengan

demikian dapat dipahami bahwa angket merupakan daftar pertanyaan yang harus dikerjakan oleh responden.

Peneliti menggunakan angket tertutup, angket tertutup akan membantu responden untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh angket yang telah terkumpul. Peneliti memberikan pertanyaan atau pernyataan dengan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan sedangkan responden hanya mengecek jawaban yang paling sesuai dengan pendiriannya. Angket pada penelitian ini digunakan untuk memperoleh data tentang pengaruh kualitas produk ikan asap terhadap minat beli konsumen di Desa Gedang Klutuk Dusun Kedungboto Pasuruan.

Dalam penelitian ini, angket menggunakan pengukuran skala likert. Skala likert adalah pengukuran yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tertentu sebagai fenomena sosial. Angket di sebar kepada responden dengan setiap soal terdapat alternatif pilihan, yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi skor 5
- b. Setuju (S) diberi skor 4
- c. Netral (N) diberi skor 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1

Wawancara

Wawancara yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data. Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab secara lisan dan bertatap muka langsung antara seseorang atau beberapa orang yang diwawancarai (Muhamad, 2013).

Peneliti menggunakan wawancara tak berstruktur, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara ini bertujuan untuk menyiapkan garis besar mengenai hal-hal yang akan di tanyakan terkait dengan pemasaran produk ikan asap terhadap minat beli konsumen di Desa Gedang Klutuk Dusun Kedungboto Pasuruan.

Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis dan dokumen-dokumen, baik berupa bukubuku, majalah, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian dan sebagainya. Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data dengan mencatat, menyalin atau menggandakan dokumen yang dibutuhkan dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode ini bertujuan agar dapat mempermudah peneliti dalam mengkaji secara langsung mengenai data-data yang berkaitan langsung dengan pemasaran produk makanan dan minuman terhadap minat beli konsumen di Desa Gedang Klutuk Dusun Kedungboto Pasuruan.

5. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen untuk mengukur minat beli konsumen dengan melihat pemasaran (4P). Instrumen dalam penelitian ini menggunakan angket dengan pengukuran skala likert dengan alternatif jawaban Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju dan Sangat Tidak Setuju.

Rancangan Kisi-kisi Penelitian

Penyusunan angket masing-masing variabel dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

- a. Pembuatan kisi kisi berdasarkan indikator variabel.
- b. Penyusunan butir-butir pertanyaan sesuai dengan indikator variabel.

c. Melakukan analisis rasional untuk melihat kesesuaian dengan indikator serta ketepatan penyusunan butir-butir angket dari segi bahasa dan aspek yang diukur.

Langkah tersebut di atas dilakukan agar menunjukkan kaitan antara pengaruh pemasaran produk ikan asap terhadap minat beli konsumen di Desa Gedang Klutuk Dusun Kedungboto Pasuruan.

NJI (Nilai Jenjang Interval)

NJI digunakan untuk mengukur kuesioner, dengan rumus NJI akan diketahui hasil presentase dan skorin yang sudah ditransformasikan menjadi nilai interval. Dimana NJI ini merupakan interval untuk menentukan sangat baik, baik, kurang baik, buruk sangat buruk.

Selanjutnya ditransformasikan menjadi nilai interval. "Nilai Jenjang Interval digunakan untuk menentukan lebar skala interval.

Rumus NJI yang digunakan menurut Riduwan (2015)

$$NJ I = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kriteria Pernyataan}}$$

Setiap pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan kedua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat dalam operasionalisasi variabel ini diukur oleh instrumen pengukuran dalam bentuk kuisioner yang memenuhi pertanyaan-pertanyaan tipe skala likert. Untuk menentukan jawaban responden termasuk kedalam golongan tinggi, sedang atau rendah terlebih dahulu ditentukan skala intervalnya dengan memakai rumus yang di atas.

Pengujian Instrumen

a. Validitas

Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin di ukur. Agar penelitian ini dikatakan valid maka peneliti menggunakan alat ukur yang mengandung keterkaitan dengan tujuan penelitian agar mampu mengungkapkan suatu gejala yang sebenarnya yaitu valid atau tidak valid. Kevalidan penelitian ini dapat dilihat dengan menggunakan korelasi product moment, dengan ketentuan bahwa sebuah instrumen dikatakan valid apabila r hitung $>$ r tabel.

Adapun langkah-langkah untuk mengetahui validitas instrumen adalah berawal dari penyebaran angket variabel X yang diberikan kepada 67 responden untuk diketahui hasilnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran yang sama pula. Pengujian ini menggunakan alat ukur internal consistency, yaitu dilakukan dengan cara mencoba alat ukur cukup hanya sekali saja, kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan teknik tertentu. Dalam hal ini menggunakan uji reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach*.

Apabila nilai Alpha Cronbach suatu variabel $>$ 0,6 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut reliabel, itu berarti bahwa apabila nilai *Alpha Cronbach* suatu variabel.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Adapun cara yang digunakan peneliti untuk menganalisa data penelitian ini.

a. Analisa Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami

kenaikan atau penurunan nilai. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

a = Y pintasan (nilai Y' bila X = 0)

b = kemiringan dari garis regresi (kenaikan atau penurunan Y' untuk setiap perubahan satuan-satuan X) atau koefisien regresi yang mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y kalau X naik satu unit.

X = nilai tertentu dari variabel bebas Y' = nilai yang diukur/dihitung pada variabel tidak bebas.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, dengan uji ini dapat diketahui data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Apabila $Sign t_{hitung} > 0.05$, maka data tersebut berdistribusi normal dan begitu juga sebaliknya (Santoso, 2001).

c. Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan linier variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. (Kuncoro, 2013) Koefisien korelasi (R) memiliki nilai antara -1.00 hingga +1.00 . Semakin R mendekati angka 1.00 maka dapat diartikan hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat semakin kuat dan bersifat negatif dan juga sebaliknya.

d. Koefisien Determinasi

Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi / R² berada pada rentang angka nol (0) dan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi yang mendekati angka nol (0) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi variabel mendekati satu (1) berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat semakin kuat.

e. Uji Statistik

Uji t. Uji ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah pengujian adalah sebagai berikut:

Menentukan Hipotesis Nihil dan Hipotesis Alternatif

Ho : $\beta = 0$, artinya variabel kualitas produk, tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Ha : $\beta \neq 0$, artinya variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Level of Significance $\alpha = 0,05$

Derajat kebebasan (dk) : n-1-k

t tabel = t ($\alpha/2$;n-1-k)

PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Pengujian validitas data dimaksudkan untuk untuk mengukur nilai setiap item pertanyaan dinyatakan layak atau tidak untuk dijadikan instrument penelitian. Uji validitas terhadap item pernyataan dari semua variabel yang digunakan ditunjukkan dalam tabel berikut.

Tabel

Hasil Pengujian Validitas Variabel X dan Variabel Y

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Kesimpulan
Kualitas Produk(X)	Item No. 1	0.782	0.3202	Valid
	Item No. 2	0.700		

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Kesimpulan
	Item No. 3	0.725		
	Item No. 4	0.782		
	Item No. 5	0.782		
	Item No. 6	0.700		
	Item No. 7	0.675		
	Item No. 8	0.705		
	Item No. 9	0.725		
	Item No. 10	0.620		
	Item No. 11	0.675		
	Item No. 12	0.831		
Minat Beli (Y)	Item No. 1	0.715	0.3202	Valid
	Item No. 2	0.715		
	Item No. 3	0.723		
	Item No. 4	0.688		
	Item No. 5	0.694		
	Item No. 6	0.583		
	Item No. 7	0.618		

Sumber: Data Primer (Kuesioner), diolah SPSS V.24 (2021)

Berdasarkan uji validitas, diketahui bahwa 19 item tiap pernyataan untuk variabel Kualitas Produk dan Minat Beli Responden UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid, yang ditunjukkan dengan nilai masing-masing item pernyataan memiliki nilai *Pearson Correlations Product Moment* positif dan lebih besar dari pada nilai r tabel. Perhitungan hasil uji validitas instrumen tiap item pernyataan secara rinci dapat dilihat pada lampiran.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan item kuesioner yang sudah valid, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan metode *koefisien cronbach alpha* dengan membandingkan hasil nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} .

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Jumlah item pertanyaan	Keterangan
Kualitas Produk(X)	0,917	12	<i>Reliabel</i>
Minat Beli (Y)	0,821	7	<i>Reliabel</i>

Dari hasil pengujian diperoleh nilai *alpha cronbach* lebih besar dari 0,60 dengan demikian dapat dikatakan item pernyataan dalam kuesioner variabel Kualitas Produk dan Minat Beli dinyatakan reliabel.

Method of Successive Interval (MSI)

Transformasi data digunakan untuk memenuhi sebagai syarat analisis parametrik yang mana data setidak – tidaknya berskala interval. Transformasi data ordinal ke interval variabel Kualitas Produk dan Minat Beli dengan menggunakan MSI (*Method of Successive of Interval*). Hasil dari transformasi data ordinal ke interval terdapat di lampiran dengan bantuan *microsoft excel 2016*.

2. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk(X)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Kualitas Produk Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan dapat dihitung dengan menggunakan jenjang interval. Berdasarkan hasil rekapitulasi Variabel Kualitas Produk, didapat angka 3009 termasuk pada klasifikasi baik dan memiliki nilai tertinggi adalah Warna Pada Ikan Asap Yang Disajikan Terlihat Menarik dengan skor 266. Sedangkan nilai yang terendah adalah Anda Menyukai Penampilan Pada Ikan Asap dengan skor 242.

Analisis Deskriptif Minat Beli (Y)

Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai Minat Beli Responden UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan dapat dihitung dengan menggunakan jenjang interval. Berdasarkan tabel mengenai hasil rekapitulasi indikator Minat Beli Responden, didapat angka 1809 termasuk pada klasifikasi baik dan memiliki nilai tertinggi Saya akan merekomendasikan pada orang lain dengan skor 268. Sedangkan nilai yang terendah adalah Harga pasaran ikan asap membuat saya ingin berkunjung Kembali dengan skor 128.

3. Hasil Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Responden UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan Tahun 2020

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal. Adapun hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel
Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^a	Std. Deviation	2.65936654
Most Extreme	Absolute	.159
Differences	Positive	.070
	Negative	-.159
Kolmogorov-Smirnov Z		.980
Asymp. Sig. (2-tailed)		.292
. Test distribution is Normal.		

Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui hasil uji normalitas menggunakan kolmogorov smirnov didapat hasil signifikasi sebesar 0,292 dimana hasil tersebut lebih besar dari signifikasi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan uji tes normalitas data berdistribusi normal.

Analisi Regresi Sederhana

Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas maka dilakukan indentifikasi nilai pengaruh variabel Kualitas Produk (X) terhadap variabel Minat Beli (Y). Untuk melihat bentuk korelasi antar variabel dengan persamaan regresi tersebut secara perhitungan manual maka nilai a dan b harus ditentukan terlebih dahulu :

$$Y = a + bX$$

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS V.24

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.653	3.779		1.232	.226
total_x	.721	.083	.815	8.427	.000

a. Dependent Variable: total_y

Sumber: Pengolahan Data SPSS, 2021

Berdasarkan tabel pada kolom B nilai konstanta adalah 4,653 Sedangkan nilai Kualitas Produk (X) adalah 0,700. Sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = 4,653 + 0,721X$$

Persamaan regresi di atas, dapat dijelaskan beberapa hal, sebagai berikut:

- 1) Minat Beli Responden tanpa Kualitas Produk telah ada koefisien regresi sebesar 4,653
- 2) Apabila Kualitas Produk meningkat sebesar satu-satuan atau satu tingkat, maka akan meningkatkan Minat Beli 0,721 dengan asumsi variabel yang lainnya tetap atau nol.

Minat Beli apabila dipengaruhi Kualitas Produk maka akan diketahui koefisien sebesar $Y = 4,653 + 0,721 X$

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R²)

Hasil perhitungan koefisien korelasi dan determinasi (R²) yang dilakukan menggunakan software SPSS V 24.0.

Berdasarkan hasil diatas koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,815 dimana menunjukkan hubungan variabel Kualitas Produk dan Minat Beli berada pada penafsiran sangat kuat karena nilai R terletak diantara (0,80 – 1.000).

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R² sebesar 0,665 menunjukkan variabel yang dipilih pada variabel independen yaitu Kualitas Produk dapat menerangkan variasi atau pengaruh variabel dependen yaitu Minat Beli Konsumen UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan dengan kontribusi sebesar 67% sedangkan sisanya 33% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel hasil Uji t diperoleh angka untuk variabel Kualitas Produk (X) sebesar 8,427 dengan nilai t_{tabel} yaitu 1,68830. Sehingga t_{hitung} > t_{tabel} atau 8,427 > 1,68830 pada taraf signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima, yang artinya Kualitas Produk berpengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Beli Konsumen UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada UMKM Ikan Asap Dusun Gedang Klutuk Desa Kedungboto Pasuruan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil rekapitulasi Variabel Kualitas Produk, didapat angka 3009 termasuk pada klasifikasi baik dan memiliki nilai tertinggi adalah Warna Pada Ikan Asap Yang Disajikan Terlihat Menarik dengan skor 266. Sedangkan nilai yang terendah adalah Anda Menyukai Penampilan Pada Ikan Asap dengan skor 242.
2. Hasil rekapitulasi Variabel Minat Beli, didapat angka 1809 termasuk pada klasifikasi baik dan memiliki nilai tertinggi Saya akan merekomendasikan pada orang lain dengan skor 268. Sedangkan nilai yang terendah adalah Harga pasaran ikan asap membuat saya ingin berkunjung Kembali dengan skor 128.

3. Hasil perhitungan regresi sederhana dan koefisien determinasi maka diketahui bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Beli responden sebesar 67%, sedangkan sisanya 33% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Moelyanto. 1992. Pengawetan & Pengolahan Hasil Ikan. Jakarta : Penebar Swadaya.
- Martono, Moh dan Sri Setyo Iriani. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. Jurnal Ilmu Manajemen , Vol. 2, No. 2.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni. 2006. Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2011, Manajemen Pemasaran Modern . Yogyakarta : Liberty.
- Agnes Ligia Pratisitia Walukow, Lisbeth Manake, Jantje Sepang. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. ISSN 2303- 1174. Vol.2. Hal1737- 1749.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan di Kota Manado. Jurnal Emba ISSN 2303-1174, Volume 2 Nomor 3, 1768-1780.