

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli yang dimediasi oleh harga pada semen mortar yang diproduksi oleh CV. Angkasa Jaya Makmur kabupaten Gresik. Pendekatan penelitian secara kuantitatif dengan intrumen kuesioner yang diterapkan pada 75 sampel secara *Accidental Sampling* pada metode *Non Probability sampling* dari responden yang membeli semen mortar produk CV. Angkasa Jaya Makmur. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi linier untuk menguji pengaruh langsung dan *sobel test* untuk menguji pengaruh tidak langsung dengan pedoman toleransi signifikansi uji statistik (α) sebesar 5% (0.05) dan t_{tabel} sebesar 1.993.

Hasil analisis data pengaruh langsung dengan uji regresi pada uji hipotesis 1 diperoleh nilai pengaruh kualitas produk terhadap harga t_{hitung} 4.848 dan nilai signifikansi 0,000. Uji hipotesis 2 diperoleh nilai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli dengan nilai t_{hitung} 5.703 dan nilai signifikansi 0,000. Uji hipotesis 3 diperoleh nilai pengaruh langsung harga terhadap minat beli diperoleh nilai t_{hitung} 5.831 dan nilai signifikansi 0,000. Hasil pengujian tidak langsung dengan *sobel test* pada variabel harga sebagai mediator kualitas produk terhadap minat beli diperoleh nilai t_{hitung} 3.716 dan nilai signifikansi 0,000.

Kesimpulan penelitian menunjukkan kualitas produk secara berpengaruh signifikan terhadap harga, kualitas produk secara berpengaruh signifikan terhadap berpengaruh terhadap minat beli, harga secara langsung berpengaruh signifikan terhadap berpengaruh terhadap minat beli dan harga secara tidak langsung berpengaruh signifikan sebagai mediator pengaruh kualitas produk terhadap semen mortar pada CV. Angkasa Jaya Makmur.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, minat beli

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product quality on purchase intention mediated by the price of cement mortar produced by CV. Angkasa Jaya Makmur, Gresik. The research used a quantitative approach with a questionnaire instrument was applied to 75 samples by Accidental Sampling on the Non Probability Sampling method from respondents who bought cement mortar products from CV. Angkasa Jaya Makmur. The Data analysis techniques used linear regression analysis to test the direct effect and Sobel test to test the indirect effect with the tolerance guidelines for statistical test significance (α) of 5% (0.05) and t_{table} value of 1.993.

The results of data analysis of direct influence with regression analysis on hypothesis test 1 obtained the value of the influence of product quality on the price of t_{count} 4.848 and a significance value of 0.000. Hypothesis 2 test obtained the value of the influence of product quality on buying interest with a t_{count} of 5.703 and a significance value of 0.000. Testing hypothesis 3, the value of the direct influence of price on buying interest is obtained, the t_{count} value is 5.831 and the significance value is 0.000. The results of the indirect test with the Sobel test on the price variable as a mediator of product quality on buying interest obtained a t_{count} value of 3.716 and a significance value of 0.000.

The conclusion of the study shows that product quality has a significant effect on price, product quality has a significant effect on buying interest, price directly has a significant effect on buying interest and price indirectly has a significant effect as a mediator of the influence of product quality on cement mortar on CV. Angkasa Jaya Makmur.

Keywords: product quality, price,buying