

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA KOPI SUSU NALURI

(Studi kasus pada : Naluri Cafe di Kota Solok)

Arfan Nanda<sup>1)</sup>, Ice Kamela<sup>2)</sup>, Purbo Jadmiko<sup>3)</sup>

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: [arfannanda17@gmail.com](mailto:arfannanda17@gmail.com)<sup>1)</sup> [icekamela@bunghatta.ac.id](mailto:icekamela@bunghatta.ac.id)<sup>2)</sup> [purbojadmik@bunghatta.ac.id](mailto:purbojadmik@bunghatta.ac.id)<sup>3)</sup>

## PENDAHULUAN

Munculnya berbagai strategi pemasaran yang dilakukan tidak luput dari banyaknya persaingan yang terjadi akhir-akhir ini. Bagusnya peluang bisnis cafe ini membuat banyaknya cafe yang bermunculan di Sumatra Barat khususnya Kota Solok. berbagai opini pun dirasa dapat menjadi bahan pertimbangan terhadap cafe ini. Munculnya menu-menu baru diharapkan dapat memberikan serve yang baik bagi konsumen, ini dilakukan agar para konsumen memiliki minat untuk membelinya. Salah satunya adalah Kualitas Produknya. Adanya Produk yang berkualitas tentunya akan menunjang keinginan konsumen, Kualitas Produk yang baik dapat memenuhi kebutuhan customer pasti akan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam memilih dengan seeleranya. Yang kedua adalah Citra Merek.

Naluri Caffe yang dimana caffe tersebut menyediakan minuman yang simple tetapi diracik dengan citarasa paling diutamakan yang mana produk kopi tersebut adalah Kopi Susu Naluri.

Salah satu cara adalah dengan meningkatkan kualitas produk yang dikelola. maka dari itu penulis bertujuan untuk meneliti produk yang dijual dari cafe tersebut, dengan meneliti kualitas produk, citra merek terhadap minat beli di Naluri Cafe tersebut.

[1] minat dikatakan sebagai suatu dorongan untuk berhubungan dengan lingkungannya, kecenderungan untuk memeriksa, menyelidiki atau mengerjakan suatu aktivitas yang menarik baginya.

[2] produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

[3] Merek adalah penanda yang dibuat oleh seseorang dengan menggunakan sebuah simbol

sebagai penanda produk yang akan dibuat. Merek menandakan terjadinya hubungan antara penjual dan pembeli

## METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang berkunjung di Naluri Cafe, Kota Solok. Sampel adalah sebagian yang mewakili dari jumlah populasi yang akan diteliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 orang responden, Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* ,dan metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Arah	Sig	Alpha	Ket
Kualitas Produk -> Minat Beli	0,000	0.05	Positif
Citra Merek-> Minat Beli	0,022	0,05	Positif

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa pengaruh kualitas produk, citra merek berpengaruh terhadap minat beli masyarakat pada kopi susu naluri di Kota Solok,

Dari hasil pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli. Artinya semakin baik kualitas produk yang dihasilkan oleh Naluri Caffe maka akan meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk yang dihasilkan. Dengan meningkatnya minat beli masyarakat terhadap produk yang dihasilkan akan membantu meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan usaha tersebut, sehingga sangat diperlukan kualitas

produk yang baik agar minat beli masyarakat meningkat. Hasil ini didukung penelitian terdahulu [4], [5], [6], [7] yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli masyarakat. Berdasarkan hasil uji hipotesis kedua diketahui bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli masyarakat pada kopi susu naluri di Kota Solok. Hasil temuan empiris ini sesuai dengan hipotesa yang menyatakan variabel citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli masyarakat pada kopi susu naluri di Kota Solok. Hal ini didukung oleh hasil penelitian [8], [9], [10], [11], dan [12] yang mengatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap minat beli masyarakat.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan citra merek berpengaruh positif terhadap Minat Beli Kopi Susu Naluri di Kota Solok

### **Saran**

Untuk pemilik Naluri Caffe sebaiknya meningkatkan kembali kualitas produk dan mengembangkan lagi merek produk yang ditawarkan agar minat beli masyarakat akan produk khususnya kopi susu naluri dapat berkembang pesat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Jurnal**

- [1]Ahmadi Herman. 2013. Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Gas Elpiji 3 Kg Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan. Ekomaks Volume 2 Nomor 1 Maret
- [2]Faradiba, Sri Rahayu Tri Astuti. 2013. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Warung Makan “Bebek Gendut” Semarang) Diponegoro *Journal Of Management* [Http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Djom](http://Ejournal-S1.Undip.Ac.Id/Index.Php/Djom) Volume 2,

Nomor 3, Halaman 1-11 Issn (Online): 2337-3792

- [3]Yana Ravita Dwi, Suharyono Yusri Abdillah. 2015. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Konsumen Produk Busana Muslim Dian Pelangi Di Malaysia) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* |Vol. 21 No. 1 April
- [4]Satria Arief Adi. 2017. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 1, April*
- [5]Joel Greg, James D.D. Massie, Jantje L. Sepang. 2014. Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio Di Kota Manado. *Jurnal Emba* Vol.2 No.3 September Hal. 1464-1472
- [6]Sundalangi, Marchelyno, Silvy L. Mandey, Dan Rotinsulu Jopie Jorie. 2014. Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Pizza Hut Manado *Jurnal Emba* \Vol.2 No.1 Maret 2014, Hal. 313-324.
- [7]Sitorus, Christin Valentine, dan Agus Maolana Hidayat. 2019. pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli iphone di bandug tahun 2019. *e-Proceeding of Applied Science* : Vol.5, No.2 Agustus.
- [8]Satria, Daniel Adhi, dan Helena Sidharta. 2017. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen porkball. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 2, Nomor 3, Agustus.*
- [9]Esa Negara A.A Ngurah Dianta, Zainul Arifin, Dan Inggang Perwangsa Nuralam. 2018. Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pembeli Di Gerai Starbucks Di Kota Surabaya) *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 61 No. 2 Agustus| *Administrasibisnis.Studentjournal.Ub.Ac.Id*
- [10]Ghristian, Ignatius Danu. 2016. Pengaruh harga diskon, kualitas produk, citra merek, dan iklan terhadap minat beli celana jeans Levi’s di Surabaya. *Journal*

*of Business and Banking ISSN 2088-7841  
Volume 5 Number 2 November 2015 –  
April 2016.*

- [11]Setiawaty, Novia Anggraeny. 2017. pengaruh iklan, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen smartphone samsung galaxy series (studi kasus mahasiswa/i universitas gunadarma, depok) Jurnal Ekonomi Bisnis Volume 22 No.1, April
- [12]Nasrullah, Zaim Soleh, dan Ratih Tresnati. 2019. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Pelanggan Dipresso Coffee Shop Bandung. ISSN: 2460-6545 Volume 5, No. 2.