

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI EMPIRIS PADA USAHA KERAINAN UKIR BONGGOL JATI DI KECAMATAN SARADAN)

Dian Nur Fikhri<sup>1)</sup> Rizal Ula Ananta Fauzi<sup>2)</sup> Hari Purwanto<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Universitas PGRI Madiun  
dianpranti87@gmail.com

<sup>2)</sup> Universitas PGRI Madiun  
rizalmanajemen@gmail.com

<sup>3)</sup> Universitas PGRI Madiun  
hari.purwanto@unipma.ac.id

### ABSTRACT

*This study aims to examine and determine: a) the effect of product quality and price on buying interest in the teak cob carving business in Saradan sub-district, b) the effect of product quality and price on purchasing decisions in the teak cob carving craft business in Saradan sub-district, c) the influence of Buying Interest on Purchase Decisions in the teak weevil carving craft business in Saradan sub-district, d) the effect of Product Quality on Purchase Decisions through Buying Interest in the teak bovine carving craft business in Saradan sub-district, and e) the effect of Price on Purchase Decisions through Buying Interest in the business the craft of carving teak humps in the Saradan sub-district. This type of research is quantitative research. The number of samples used is 384 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling, with purposive sampling method. Data retrieval using a questionnaire with the distribution via google form. The data analysis technique uses path analysis through SPSS 25 software. The results of this study indicate that: a) Product Quality (X1) and Price (X2) have a positive and significant effect on Purchase Interest (Z), b) Product Quality (X1) and Price ( X2) has a positive and significant effect on Purchase Decisions (Y), c) Purchase Interest (Z) has a positive and significant effect on Purchase Decisions (Y) Product Quality (X1) has a positive and significant effect on Purchase Decisions (Y) through InterestBuy (Z), and e) Price (X2) has a positive and significant effect on Purchase Decision (Y) through Purchase Interest (Z).*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Purchase Interest, Purchase Decision*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui : a) pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan, b) pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan, c) pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan, d) pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan, dan e) pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan. Jenis Penelitian ini yaitu Penelitian Kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan yaitu 384 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu nonprobability sampling, dengan metode purposive sampling. Pengambilan data menggunakan kuesioner dengan penyebaran melalui google form. Teknik analisis data menggunakan path analysis melalui software SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : a) Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Z), b) Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), c) Minat Beli (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), d) Kualitas Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z), dan e) Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Minat Beli (Z).

**Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian.**

### PENDAHULUAN

Kekayaan yang sangat melimpah dan strategis di Indonesia memegang peranan penting untuk kelangsungan hidup sebagian masyarakatnya, salah satunya adalah sumber daya hutan. Dimana dalam pengelolaan dan penguasaan sumber daya hutan di kelola oleh negara. Saat ini pengelolaan dan penguasaan sumber daya hutan pada negara di atur oleh Departemen Kehutanan. Sejak sebelum kemerdekaan sampai merdeka, ragam pola dan persoalan serta konflik pengelolaan sumber daya hutan terus bergulir. Ada beberapa fungsi hutan yaitu, fungsi ekologis, fungsi sosial, dan fungsi ekonomis dengan disertai kemampuan pengembangan sumber daya manusia serta ilmu pengetahuan dan teknologi maka pemanfaatan sumber daya hutan sesuai fungsinya maka akan menjamin kelangsungan manfaat hutan secara keseluruhan. Salah satu fungsi dan manfaat hutan adalah memperoleh devisa yang berasal dari kayu yang dihasilkan (Nana Diyanti, 2016).

Berdasarkan Undang-Undang Kehutanan Nomor 41 tahun 1999, pembagian hutan di Indonesia berdasarkan pada fungsinya adalah hutan konservasi, hutan lindung, dan hutan produksi. Adapun data luas hutan Indonesia sebagai berikut :

Fungsi Hutan	Luas (ha)
Hutan Konservasi (Suaka Alam)	27,4 juta
Hutan Lindung	29,7 juta
Hutan Produksi (Terbatas)	26,8 juta
Hutan Produksi	29,3 juta
Hutan yang bisa dikonversi	12,9 juta

Sumber : <https://lokadata.beritagar.id>

Jati (*Tectona grandis* L.f) merupakan salah satu tanaman yang sangat familiar dikalangan masyarakat sebagai penghasil bahan baku untuk industri perkayuan karena memiliki kualitas dan nilai jual yang sangat tinggi. Tanaman Jati adalah jenis tanaman yang mempunyai jenis kayu tropis dan sangat penting dalam pasar perkayuan internasional karena memiliki berbagai kelebihan yaitu kekuatan dan keindahan pada seratnya yang bernilai jual tinggi (Veronika Murtinah, 2015).

Jati merupakan suatu jenis tanaman yang kayunya sudah dikenal dan di jadikan sebuah usaha kerajinan sejak lama di kalangan masyarakat. Selain pada serat pohonnya, akar jati/bonggol jati memiliki manfaat untuk dibuat kerajinan ukir seperti meja, kursi, hiasan rumah dll. Tanaman jati secara khusus mempunyai potensi untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat dan industri pengolahan (Sulfiana, 2018).

Dengan banyaknya limbah/sampah jati yang tidak termanfaatkan, munculah suatu gagasan dari segelintir orang untuk mendaur ulang bonggol jati dijadikan suatu kerajinan ukir bonggol jati. Di Kecamatan Saradan sendiri terdapat cukup banyak pengrajin ukir bonggol jati sebagai tumpuan kelangsungan hidup masyarakat setempat. Namun kerajinan bonggol jati ini bukanlah kebutuhan konsumsi yang setiap saat bisa dibeli, melainkan kebutuhan tersier atau hobby maupun kemewahan dimana untuk memutuskan pembelian hanya untuk orang-orang tertentu yang memiliki minat terhadap barang tersebut, dan perusahaan pun tidak mampu menjual barang yang banyak karena menyesuaikan minat pesanan dari konsumen. Perihal Harga yang cukup lumayan mahal dan diimbangi kualitas produk yang unik dan estetik lebih cenderung mewah, maka kebanyakan pembeli adalah dari kalangan elit.

Dalam upaya untuk menjadikan kerajinan bonggol jati sebagai sektor usaha yang memiliki keunggulan bersaing dalam harga dan kualitas kerajinan bonggoljati harus dilakukan usaha untuk memaksimalkan kemampuan sumber daya pengrajin dengan melakukan pengembangan, pendidikan, dan

pelatihan serta peminjaman modal. Agar pengembangan keahlian para pelaku industri kerajinan bonggol jati tepat pada sasaran, para pemangku kepentingan perlu menentukan secara tepat kebutuhan pelatihan (Setiyono et al. 2017).

### **Kajian Teori dan Pengembangan Hipotesis**

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang maupun jasa dengan tujuan dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada (Basu Swastha, 1998:17). Manajemen pemasaran merupakan proses penganalisaan, peremcanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang diharapkan mampu untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi (Swastha dan Irawan 2008:5).

Bonggol jati ialah akar dari pohon jati yang biasanya dianggap sebagai sampah dalam produksi perkayuan yang kemudian dapat di bentuk menjadi kerajinanukir seperti meja, kursi, hiasan rumah dan lain-lain. Ada juga pengrajin yang mempunyai ide kreatif dalam mengukir yaitu dengan membentuk patung atau hewanseperti naga, buaya, rusa, ikan, burung dan lain sebagainya. Perlahan namun pasti, industri kerajinan ukir bonggol jati semakin berkembang yang awalnya hanya merupakan hasil dari pemikiran khayal dari segelintir pengrajin tetapi dengan keuletan dan ketelatenan para pengrajin bonggol jati ini mulai populer (Rizkar Pratomo, 2007).

### **Kualitas Produk**

Dalam arti sempit produk adalah suatu barang atau atribut fisik nyata yang terkait pada sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi (Stanton, dalam Sunyoto 2012:68). Sedangkan dalam arti luas, produk merupakan sekelompok atribut nyata dan tidak nyata yang didalamnya terdiri dari kemasan, warna, harga, kualitas, merek, pelayanan dan reputasi penjual. Menurut definisi (Kotler, 1988:54) menjelaskan bahwa Produk merupakan segala sesuatu dalam kegiatan pemasaran yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai maupun dikonsumsi sehingga mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan. Kualitas produk adalah salah satu senjata strategis yang sangat potensial untuk mengalahkan pesaing (Kotler & Armstrong dalam Heriyanto *et all*, 2017:2). Menurut Kotler (dalam Panzy, 2015:5) kualitas produk dapat dimasukkan ke dalam beberapa dimensi, yaitu : 1). Bentuk (*Form*), 2). Ciri – ciri produk (*Features*), 3). Kinerja (*Performance*), 4). Ketepatan/kesesuaian (*Conformance*), 5). Ketahanan (*Durability*), 6). Gaya (*Style*), 7). Desain (*Design*).

### **Harga**

Harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk ataupun jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan oleh para konsumen untuk memperoleh manfaat dari penggunaan suatu produk atau jasa (Kotler & Amstrong, 2009:345). Harga juga dijadikan sebagai tolak ukur atas kesesuaian manfaat dari suatu produk. Menurut Stanton (dalam Widodo, 2016:30) menyatakan ada beberapa indikator harga antara lain : 1). Keterjangkauan harga, 2). Kesesuaian harga dengan kualitas produk,3). Daya saing harga.

### **Minat Beli**

Minat beli merupakan suatu proses belajar dan proses pemikiran atas suatu produk yang akan dibeli lalu membentuk sebuah persepsi. Minat beli lebih cenderung memotivasi diri dan kemudian terus berkembang menjadi suatu keinginan yang sangat kuat, lalu berdampak dalam diri seorang konsumen yang harus memenuhi kebutuhan atau keinginannya terhadap suatu barang atau jasa (Elisa Desi Rinda Putri, 2018). Menurut Ferdinand (dalam Putri *et all*, 2016:8) mengelompokkan beberapa indikator minat beli, antara lain : 1). Minat Transaksional, 2). Minat Referensial, 3). Minat Preferensial, 4). Minat Eksploratif.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan tahap kelanjutan setelah konsumen memiliki niat atau keinginan membeli. Keputusan pembelian ini akan terjadi jika keinginan membeli/minat beli sudah terkumpul kuat dan kemudian akan berkelanjutan dengan dua pilihan yaitu melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian (Morissan, 2010:111). Menurut (Swatha dan Irawan, 2000) menjelaskan bahwa ada beberapa indikator keputusan pembelian, antara lain adalah : 1). Keputusan tentang jenis produk, 2). Keputusan tentang bentuk produk, 3). Keputusan tentang Merek, 4). Keputusan tentang penjualannya.

### **Hipotesa**

Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti pendahulu untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli. Menurut (Elisa Desi Rinda Putri, 2018) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Menurut (Ipan Hilmawan, 2019) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pada suatu produk,

maka semakin tinggi juga minat konsumen untuk membelinya.

**H1 : Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap terhadap Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti pendahulu untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga terhadap Minat Beli. Menurut (Prasetyawan, 2021) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Menurut (Cindy Mega Puspita, 2020) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa bilamana Harga dari suatu produk tersebut terjangkau, maka Minat Beli konsumen akan semakin tinggi.

**H2 : Diduga Harga berpengaruh terhadap Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti pendahulu untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Menurut (Dewi Muliasari, 2019) Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menurut (Taufik *at all*, 2020) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa sebelum menentukan Keputusan Pembelian pada suatu produk, maka konsumen telah menilai dari sisi Kualitas Produk tersebut. Apabila kualitas dari produk tersebut sangat baik, maka konsumen lebih cenderung untuk melakukan pembelian.

**H3 : Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian padausaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti pendahulu untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian. Menurut (Taufik *at all*, 2020) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menurut (Sarini Kodu, 2012) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa Harga merupakan hal yang menjadi perhatian konsumen ketika melakukan pembelian dengan mengidentifikasi harga dengan nilai.

**H4 : Diduga Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti pendahulu untuk mengetahui apakah ada pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian. Menurut (Prasetyawan, 2021) Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Menurut (Cindy Mega Puspita, 2020) Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa jika Minat Beli semakin tinggi, maka tingkat Keputusan Pembelian akan semakin baik. Oleh karena itu minat beli sangatlah penting bagi penjualan suatu produk dan sebaliknya.

**H5 : Diduga Minat Beli berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada usahakerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti pendahulu untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. Menurut (Elisa Desi Rinda Putri, 2018) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik Kualitas Produk, maka semakin tinggi juga Minat Beli konsumen yang akan berdampak pada keputusan untuk membeli barang tersebut.

**H6 : Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti pendahulu untuk mengetahui apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. Menurut (Elisa Desi Rinda Putri, 2018) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa Hargatidak berpengaruh karena terdapat label dalam produk.

**H7 : Diduga Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui MinatBeli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

### Metode Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pembeli kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan. Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Penentuan jumlah sampel yang dapat digunakan untuk mewakili dari populasi tersebut yaitu orang yang telah membeli kerajinan ukir bonggoljati di kecamatan Saradan. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui sehingga dalam penentuan sampel yang diambil menggunakan rumus Lemeshow (Stanley Lemeshow, et.al, 1990). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 384 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebar langsung *print copy* kuesioner dan memberikan link *Google Form* kepada responden.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yaitu merupakan suatu kegiatan mengelompokkan data sesuai jenis responden serta variabelnya, mentabulasi data, menyajikan data pada setiap variabel yang diteliti, melakukan penghitungan untuk menjawab suatu rumusan masalah dan menguji hipotesis (Sugiyono 2016). Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 22.

### Hasil penelitian

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah responden	Presentase
1.	Laki – laki	334	86,8%
2.	Perempuan	50	13,2%
Total		384	100%

Sumber : data primer diolah (2021)

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki sejumlah 334 orang dengan persentase 86,8%. Sedangkan perempuan sejumlah 50 orang dengan persentase 13,2%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pembeli kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan lebih didominasi oleh laki-laki dalam penelitian ini.

### 2. Karakteristik Berdasarkan usia Responden

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase
1.	17 - 24 tahun	10	2,6%
2.	25 - 32 tahun	21	5,4%
3.	33 - 39 tahun	140	36,4%
4.	>40 tahun	213	55,4%
Total		384	100%

Sumber : data primer diolah (2021)

Karakteristik responden berdasarkan usia, yaitu responden yang berusia 17-24 tahun sebanyak 10 orang dengan presentase 2,6%, usia 25-32 tahun sebanyak 21 orang dengan presentase 5,4%, usia 33-39 tahun sebanyak 140 orang dengan presentase 36,4%, sedangkan responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 213 orang dengan presentase 55,4%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan atau konsumen yang membeli kerajinan ukir bonggol jati kebanyakan adalah usia >40 tahun dalam penelitian ini.

### 3. Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
1.	PNS	88	22,9%
2.	Seniman	126	32,8%
3.	Wiraswasta	59	15,3%
4.	Pengusaha	31	8%
5.	Lain-lain	80	20,8%
Total		384	100%

Sumber : data primer diolah (2021)

Karakteristik responden berdasarkan status pekerjaan, yaitu responden yang PNS sebanyak 88 orang dengan presentase 22,9%, seniman sebanyak 126 orang dengan presentase 32,8%, Wiraswasta sebanyak 59 orang dengan presentase 15,3%, pengusaha sebanyak 31 orang dengan presentase 8%, dan lain-lain sebanyak 80 orang dengan presentase 21,3%. Dilihat dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden dengan status pekerjaan seniman yang membeli kerajinan ukir bonggol jati. Hal ini dikarenakan banyak seniman yang mencari keunikan dan ciri khas dari kerajinan ukir bonggol jati.

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Uji Validitas

Menurut Imam Ghozali (2018), uji validitas dipergunakan untuk

mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner penelitian. Sebuah hasil kuesioner akan menjadi valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  (*Correlated item-total correlation*) dengan  $r_{tabel}$  berdasarkan ketentuan degree of

freedom ( $df$ ) =  $n - k$ , dimana “ $n$ ” adalah jumlah sampel yang ditentukan, sedangkan “ $k$ ” adalah jumlah variabel independen. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas hasil kuesioner penelitian yaitu :

- Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat dinyatakan valid.
- Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dapat dinyatakan tidak valid.

Untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - k$ , ( $df$ ) =  $385 - 3$ , ( $df$ ) = 382. Dengan nilai ( $df$ ) : 382 dan nilai  $\alpha = 0,05$  atau 5% didapat dari  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,100094. Untuk menguji sah atau tidaknya masing – masing indikator, maka dapat dilihat dari tabel dibawah ini, maka jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dapat dinyatakan bahwa item kuesioner tersebut adalah valid.

Variabel	Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
Kualitas Produk (X1)	P1	0,587	0,100094	Valid
	P2	0,606		Valid
	P3	0,699		Valid
	P4	0,620		Valid
	P5	0,605		Valid
	P6	0,696		Valid
	P7	0,587		Valid
Harga (X2)	P1	0,806	0,100094	Valid
	P2	0,788		Valid
	P3	0,838		Valid
	P4	0,806		Valid
Minat Beli (Z)	P1	0,734	0,100094	Valid
	P2	0,739		Valid
	P3	0,717		Valid
	P4	0,718		Valid
Keputusan Pembelian (Z)	P1	0,596	0,100094	Valid
	P2	0,641		Valid
	P3	0,657		Valid
	P4	0,694		Valid
	P5	0,698		Valid
	P6	0,610		Valid

	P7	0,716	Valid
--	----	-------	-------

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa dari semua indikator yang digunakan untuk mengukur suatu variabel kualitas produk, harga, minat beli dan keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (0,100094), sehingga dapat dikatakan bahwa setiap variabel adalah Valid dan dapat digunakan untuk uji penelitian selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Sebuah kuesioner akan menjadi reliabel jika jawaban seseorang konsisten atau stabil terhadap pernyataan kuesioner dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$ . Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha* dengan bantuan SPSS (Imam Ghozali, 2018).

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Ket
Kualitas Produk (X1)	0,745	0.70	Reliabel
Harga (X2)	0,825		Reliabel
Minat Beli (Z)	0,703		Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,783		Reliabel

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,745, harga memiliki nilai Cronbach Alpha sebesar 0,825, minat beli memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,703, dan Keputusan Pembelian memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,783. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini semua variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0.70. Maka dapat dikatakan bahwa pengukuran dari masing – masing variabel kuesioner penelitian yang digunakan adalah Reliabel.

### Hasil Uji t

#### a) Regresi Model 1

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.637	1.050		5.367	.000
	Kualitas Produk	.289	.032	.423	9.047	.000
	Harga	.146	.044	.155	3.302	.001

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : data primer diolah (2021)

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Uji t terhadap variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(9,047 > 1,966)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti hasil tersebut signifikan. Maka variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Z).
- Uji t terhadap variabel harga (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(3,302 > 1,966)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  yang berarti hasil tersebut signifikan. Maka variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Z).

#### b) Regresi Model 2

Model		coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.802	1.630		3.559	.000
	Kualitas Produk	.440	.053	.389	8.332	.000
	Harga	.142	.067	.091	2.127	.034
	Minat Beli	.474	.077	.286	6.177	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data primer diolah (2021)

Dari hasil tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Uji t terhadap variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(8,332 > 1,966)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti hasil tersebut signifikan. Maka variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- Uji t terhadap variabel harga (X2) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(2,127 >$

1,966) dan nilai signifikan sebesar  $0,034 < 0,05$  yang berarti hasil tersebut signifikan. Maka variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

- c. Uji t terhadap variabel minat beli ( $Z$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu ( $6,177 > 1,966$ ) dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti hasil tersebut signifikan. Maka variabel minat beli ( $Z$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

### Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode analisis jalur (*Path Analysis*). Analisis jalur yaitu perluasan dari analisis regresi linier berganda, untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel (*model causal*) yang sudah ditetapkan sebelumnya. Analisis jalur digunakan untuk menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak bisa digunakan untuk menolak hipotesis kausalitas imajiner (Imam Ghozali, 2018 : 245).

Persamaan Regresi 1

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.637	1.050		5.367	.000
	Kualitas Produk	.289	.032	.423	9.047	.000
	Harga	.146	.044	.155	3.302	.001

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan dari hasil regresi pada tabel 4.19 di atas, maka dapat dibuat persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = 5,637 + 0,289 X_1 + 0,146 X_2 + 0,761$$

Persamaan linier tersebut dapat dibuat pengertian sebagai berikut:

- Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 5,637 artinya apabila kualitas produk dan harga tidak ada atau nilainya yaitu 5, maka variabel minat beli nilainya sebesar 5,637.
- Koefisien kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,289 dengan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$  bertanda hasil tersebut signifikan. Hal ini memberi arti bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli ( $Z$ ).
- Koefisien harga ( $X_2$ ) sebesar 0,146 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$

bertanda hasil tersebut signifikan. Hal ini memberi arti bahwa variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Z).

### b) Persamaan Regresi 2

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.618 <sup>a</sup>	.382	.377	2.56695	1.725
a. Predictors: (Constant), Minat Beli, Harga, Kualitas Produk					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

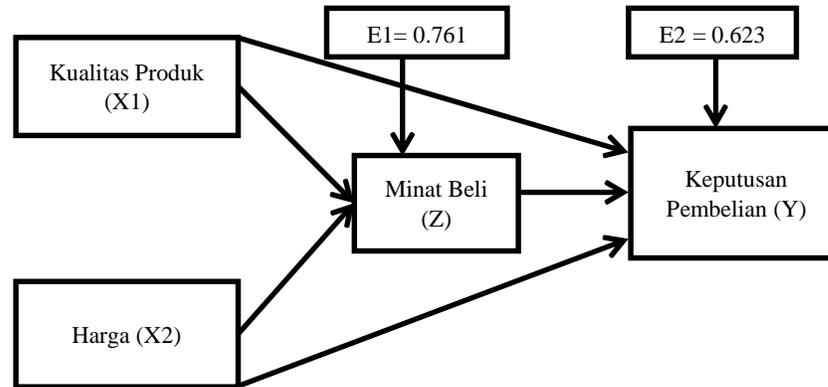
Sumber : data primer diolah (2021)

Berdasarkan dari hasil regresi pada tabel di atas, maka dapat dibuat persamaan linier sebagai berikut:

$$Y = 5,802 + 0,440 X1 + 0,142 X2 + 0,474 Z + 0,623$$

Persamaan linier tersebut dapat dibuat pengertian sebagai berikut:

- Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 5,802 artinya apabila kualitas produk, harga, dan minat beli tidak ada atau nilainya yaitu 5, maka variabel keputusan pembelian nilainya sebesar 5,802.
- Koefisien kualitas produk (X1) sebesar 0,440 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  bertanda hasil tersebut signifikan. Hal ini memberi arti bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- Koefisien harga (X2) sebesar 0,142 dengan nilai signifikan  $0,034 < 0,05$  bertanda hasil tersebut signifikan. Hal ini memberi arti bahwa variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- Koefisien minat beli (Z) sebesar 0,474 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  bertanda hasil tersebut signifikan. Hal ini memberi arti bahwa minat beli (Z) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).



Sumber : (Imam Ghozali, 2018 :259)

Gambar 1 (Analisis Jalur)

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.

Dalam penelitian ini, hasil kualitas produk (X1) yang telah didapat uji sebelumnya dengan pengujian t test,  $t_{hitung}$  menunjukkan hasil sebesar 9,047 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,966 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti bertanda hasil tersebut signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Z), sehingga **H1 Diterima**. Hasil penelitian ini telah menjawab fenomena atau permasalahan sebelumnya yang mengarah pada kualitas produk terhadap minat beli produk kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Elisa Desi Rinda Putri, 2018) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia. Menurut (Ipan Hilmawan, 2019) Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Konsumen Sepeda Motor Vario di Kota Serang. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas pada suatu produk, maka semakin tinggi juga minat konsumen untuk membelinya.

### 2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.

Dalam penelitian ini, hasil harga (X2) yang telah didapat uji sebelumnya dengan pengujian t test,  $t_{hitung}$  menunjukkan hasil sebesar 3,302 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,966 dengan tingkat signifikan  $0,001 < 0,05$  yang berarti

bertanda hasil tersebut signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli (Z), sehingga **H2 Diterima**. Hasil penelitian ini telah menjawab fenomena atau permasalahan sebelumnya yang mengarah pada harga terhadap minat beli produk kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prasetiawan, 2021) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada PT. Jaya Kopra Sejati. Menurut (Cindy Mega Puspita, 2020) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa bilamana Harga dari suatu produk tersebut terjangkau, maka Minat Beli konsumen akan semakin tinggi.

### **3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Dalam penelitian ini, hasil kualitas produk (X1) yang telah didapat uji sebelumnya dengan pengujian t test,  $t_{hitung}$  menunjukkan hasil sebesar 8,332 dan

$t_{tabel}$  sebesar 1,966 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti bertanda hasil tersebut signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga **H3 Diterima**. Hasil penelitian ini telah menjawab fenomena atau permasalahan sebelumnya yang mengarah pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi Muliasari, 2019) Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Samsung Brand Handphone. Menurut (Taufik *at all*, 2020) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Honda Car consumers in Makassar City. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa sebelum menentukan Keputusan Pembelian pada suatu produk, maka konsumen telah menilai dari sisi Kualitas Produk tersebut. Apabila kualitas dari produk tersebut sangat baik, maka konsumen lebih cenderung untuk melakukan pembelian.

### **4. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Dalam penelitian ini, hasil harga (X2) yang telah didapat uji sebelumnya dengan pengujian t test,  $t_{hitung}$  menunjukkan hasil sebesar 2,127 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,966 dengan tingkat signifikan  $0,034 < 0,05$  yang berarti bertanda

hasil tersebut signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), sehingga **H4 Diterima**. Hasil penelitian ini telah menjawab fenomena atau permasalahan sebelumnya yang mengarah pada harga terhadap keputusan pembelian produk kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Taufik *at all*, 2020) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Honda Car consumers in Makassar City. Menurut (Sarini Kodu, 2012) Hargaberengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Mobil Toyota Avanza. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa Harga merupakan hal yang menjadi perhatian konsumen ketika melakukan pembelian dengan mengidentifikasi harga dengan nilai.

### **5. Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Dalam penelitian ini, hasil minat beli ( $Z$ ) yang telah didapat uji sebelumnya dengan pengujian  $t$  test,  $t_{hitung}$  menunjukkan hasil sebesar 6,177 dan  $t_{tabel}$  sebesar 1,966 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti bertanda hasil tersebut signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat beli ( $Z$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), sehingga **H5 Diterima**. Hasil penelitian ini telah menjawab fenomena atau permasalahan sebelumnya yang mengarah pada minat beli terhadap keputusan pembelian produk kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Prasetiawan, 2021) Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Jaya Kopra Sejati. Menurut (Cindy Mega Puspita, 2020) Minat Beli berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa jika Minat Beli semakin tinggi, maka tingkat Keputusan Pembelian akan semakin baik.

### **6. Pengaruh Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Nilai  $t_{hitung} = 2,699 >$  dari  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,966 maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi = 0,136986 berarti ada pengaruh mediasi. Variabel minat beli dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dipembelian kerajinan ukir

bonggol jati dikecamatan Saradan, sehingga **H6 Diterima**. Hasil penelitian ini telah menjawab fenomena atau permasalahan sebelumnya yang mengarah pada kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli produk kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Elisa Desi Rinda Putri, 2018) Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa semakin baik Kualitas Produk, maka semakin tinggi juga Minat Beli konsumen yang akan berdampak pada keputusan untuk membeli barang tersebut.

## **7. Pengaruh Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada usaha kerajinan ukir bonggol jati di kecamatan Saradan.**

Nilai  $t_{hitung} = 1,742 >$  dari  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,966 maka dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi = 0,069204 berarti tidak ada pengaruh mediasi. Variabel minat beli dapat memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dipembelian kerajinan ukir bonggol jati dikecamatan Saradan, sehingga **H7 Ditolak**. Hasil penelitian ini telah menjawab fenomena atau permasalahan sebelumnya yang mengarah pada harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli produk kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Elisa Desi Rinda Putri, 2018) Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia. Dalam hal ini dapat diartikan bahwa Harga tidak berpengaruh karena terdapat label halal dalam produk Wardah tersebut, dan mayoritas pemeluk keyakinan terbesar di Indonesia adalah muslim.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk kerajinan ukir bonggol jati sehingga banyak konsumen dari kalangan remaja atau dewasa bahkan yang umur 30-40 tahun lebih akan mengalami peningkatan dalam membeli produk tersebut. Hal tersebut akan berdampak pada harga yang juga mengalami peningkatan karena seiring dengan kualitas yang meningkat.

Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli di kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan. Variabel harga memiliki pengaruh terhadap minat beli di

kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan. Variabel harga memiliki pengaruh terhadap minat beli di kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan. Variabel minat beli memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli di kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan. Variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli di kerajinan ukir bonggol jati di Kecamatan Saradan.

Hal tersebut telah menjawab permasalahan yang ada pada latar belakang atau fenomena penelitian ini yang mempunyai permasalahan yaitu bagaimana pada suatu UD. Ghanesa Jati, UD. Akar Jaya, UD. Gallery Tunggak Indah, UD. Gallery Tunggak Indah 2, dan UD. Gembol Jati terdapat penjualan yang mengalami fluktuatif yang dimulai pada tahun 2015-2021. Pernyataan tersebut didukung dengandata penjualan yang ada di bab satu.

Produk kerajinan ukir bonggol jati diharapkan dapat diminati dan dibeli oleh semua kalangan sehingga keputusan pembelian dari konsumen untuk membeli produk tersebut akan mengalami peningkatan. Konsumen bahkan akan membeli produk tersebut secara berulang-ulang.

### DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal Anan. 2018. "Pengaruh Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Pada Pt. Suracojaya Abadimotor Cab. Antang."
- Cahyani, Intan Aistya. 2020. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan E-Money Dengan Behavioural Intention To Use Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Masyarakat Di Kota Madiun).
- Cindy Mega Puspita. 2020. "Pendahuluan Kerangka Teori." *Ix(Iii)*: 268–75.
- Dinas Kehutanan Dan Perkebunan Kabupaten Madiun. 2018. "Luas Kawasan HutanProduksi Per Kecamatan Di Kab. Madiun.Pdf."
- Dinas Kehutanan Provinsi Jawa Timur. 2017. "Luas Kawasan Hutan Di Provinsi JawaTimur.Pdf."
- Dr. Enny Radjab, M. Ab Dr Andi Jam'an, Se., M. Si, And Lembaga. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makasar: Universitas Muhammadiyah Makasar.
- Elisa Desi Rinda Putri. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli."
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25Edisi 9*. Universitas Diponegoro.

- Ipan Hilmawan. 2019. "Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." : 154–66.
- Kasmiyati K. 2019. "Konsumen Pada Pt . Suracojaya Abadi." Kementrian Lingkungan Hidup Dan Kehutanan. 2015. "Data Pendukung Luas Hutan Indonesia Thn 2015.Pdf."
- Muliasari, Dewi. 2019. "The Effect Of Product Price And Product Quality On Purchasing." 2019(4): 501–6.
- Mustari, Mohamad Et Al. 2012. "Pengantar Metode Penelitian."
- Nana Diyanti. 2016. "Dinamika Kerajinan Bonggol Jati Di Desa Bangunrejo Kidul, Kec. Kedunggalar, Kab. Ngawi, Provinsi Jawa Timur."
- Prasetiawan. 2021. "Call For Paper." (35): 1–16.
- Rina Sukmawati. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Garden Cafe Koperasi Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta." Rizkar Pratomo. 2007. "Pusat Kerajinan gembol Jati Di Ngawi."
- Sarini Kodu. 2012. "Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza." 1(3): 1251–59.
- Sarwono, Jonathan. 2011. "Mengenal Path Analysis : Sejarah, Pengertian, Dan Aplikasi." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* 11: 285–96.
- Setiyono, Ahmad Et Al. 2017. "Analisis Kebutuhan Pelatihan Pengrajin Bonggol Dan Limbah Jati Di Kecamatan Kedunggalar Kabupaten Ngawi Jawa Timur.
- Stanley Lemeshow, David W. Hosmer Jr, Janelle Klar. 1990. *Adequacy Of Sample Size In Health Studies*. Usa: Behalf Of The World Health Organization.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- . 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sulfiana. 2018. "Preskripsi Pengelolaan Hutan Jati Rakyat Di Kecamatan Kahu Kabupaten Bone."
- Taufik At All. 2020. "The Effect Of Product Quality , Price On Purchasing Decision Through Brand Image As Intervening Variable In Honda Car Consumers In Makassar City." 22(10): 55–73.
- Tousalwa, Carla. 2017. "Jurnal Nusamba Vol. 2 No. 1 2017." 2(1): 21–28.
- Veronika Murtinah. 2015. "Pertumbuhan Hutan Tanaman Jati ( Tectona Grandis Linn.F.) Di Kalimantan Timur." Xiv: 287–

# SIMBA

**SEMINAR INOVASI  
MANAJEMEN BISNIS DAN  
AKUNTANSI 4**