

ABSTRAK

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana Kualitas Produk memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah mendengar, melihat dan membeli *sunscreen* Azarine di toko Hijrah Store Kota Lhokseumawe yang tidak diketahui secara pasti dan penentuan sampel menggunakan metode "*purposive sampling*" serta rumus yang digunakan dalam penentuan jumlah responden menggunakan rumus *Lemeshow* sehingga diperoleh jumlah responden sebanyak 96 responden. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier sederhana dan uji t (parsial). Hasil ini dibuktikan melalui $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu sebesar $10,097 > 1,986$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Semakin baik kualitas produk akan semakin meningkat minat beli konsumen terhadap *sunscreen* Azarine. Dari hasil analisis data melalui uji Koefisien Determinasi, telah didapatkan nilai koefisien determinasi sebesar 72,1%. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X) dan Minat Beli Konsumen (Y) memiliki pengaruh yang sangat tinggi. Angka Adjusted R Square sebesar 0,515 menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X) sebesar 51,5%. Sedangkan sisanya sebesar 48,5% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Minat Beli Konsumen*

ABSTRACT

Product quality is the ability of a product to carry out its functions, including reliability, durability, accuracy, ease of operation, and product repair, as well as other valuable attributes. Product quality is something that needs to get the main attention of companies or producers, considering that the quality of a product is closely related to customer satisfaction, which is the goal of the marketing activities carried out by the company. This study uses a quantitative approach which aims to determine how product quality has a positive and significant influence on consumer buying interest. The population in this study are all consumers who have heard, seen and bought Azarine sunscreen at the Hijrah Store in Lhokseumawe City which is not known with certainty and the determination of the sample using the "purposive sampling" method and the formula used in determining the number of respondents using the Lemeshow formula so that the number of respondents obtained was 96 respondents. In proving and analyzing this, validity and reliability tests, classical assumption tests, simple linear regression tests and t tests (partial) are used. This result is evidenced by $t_{hitung} > t_{tabel}$, which is $10.097 > 1.986$ and a significance value of $0.000 < 0.05$ so that H_0 is rejected and H_a is accepted. The better the product quality, the more consumer buying interest in Azarine sunscreen will increase. From the results of data analysis through the Coefficient of Determination test, a coefficient of determination of 72.1% has been obtained. This shows that Product Quality (X) and Consumer Purchase Interest (Y) have a very high influence. The Adjusted R Square figure of 0.515 shows that Product Quality (X) is 51.5%. While the remaining 48.5% can be explained by factors not examined in this study.

Keywords: Product Quality, Consumer Purchase Interest