

**PENGARUH HARGA DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP
MINAT PEMBELIAN PADA INDUSTRI IKAN HIAS DI KOTA
SAMARINDA**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan oleh:
Jery Emond Khomarinda
1911102431318



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JANUARI 2024**

**PENGARUH HARGA DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT
PEMBELIAN PADA INDUSTRI IKAN HIAS DI KOTA SAMARINDA**

NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur

Diajukan oleh:
Jery Emond Khomarinda
1911102431318



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI BISNIS DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMADIYAH KALIMANTAN TIMUR
JANUARI 2024**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH HARGA DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP
MINAT PEMBELIAN PADA INDUSTRI IKAN HIAS DI KOTA
SAMARINDA**

NASKAH PUBLIKASI

**Diajukan oleh:
Jery Emond Khomarinda
1911102431318**

Disetujui Untuk Diujikan
Pada Tanggal 16 Januari 2024

Pembimbing



**Marsha Anindita, S.E., M.S.M.M.
NIDN. 1114099102**

**Mengetahui,
Koordinator Skripsi**



**Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M
NIDN. 1125109301**

LEMBAR PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI

PENGARUH HARGA DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT PEMBELIAN PADA INDUSTRI IKAN HIAS DI KOTA SAMARINDA

Oleh:

Jery Emond Khomarinda
1911102431318

Diseminarkan dan Diujikan
Pada tanggal, 16 Januari 2024

Penguji I	Penguji II
 <u>Hudyah Astuti Sudirman, S.ST., M.M</u> NIDN. 1125109301	 <u>Marsha Anindita, S.E., M.S.M</u> NIDN. 1114099102

Mengetahui,
Ketua

Program Studi Manajemen:




Prof. Ihwan Susila, S.E., M.Si., Ph.D
NIDN 0620107201

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jery Emond Khomarinda

NIM : 1911102431318

Program Studi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Harga dan *Perceived Quality* Terhadap Minat Pembelian pada Industri Ikan Hias di Kota Samarinda

menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiasi/falsifikasi/fabrikasi baik sebagian atau seluruhnya. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam skripsi saya ini, atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Samarinda, 09 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Jery Emond Khomarinda

NIM: 1911102431318

Pengaruh Harga dan Perceived Quality terhadap Minat Pembelian pada Industri Ikan Hias di Kota Samarinda

Jery Emond Khomarinda¹, Marsha Anindita², Hudyah Astuti Sudirman³

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, samarinda, Indonesia

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRACT (10pt, Times New Roman, Bahasa Inggris)
<p><i>Histori Artikel:</i></p> <p>Diterima xxxx, 20xx Direvisi xxxx, 20xx Diterbitkan xxxx, 20xx</p>	<p><i>This research was aimed to figuring out how much price and perceived quality effect on purchase interest in purchasing ornamental fish in Samarinda City.</i></p> <p><i>This research used a random sampling method with subjective sampling of 141 respondents. This type of research was qualitative descriptive research, there was 141 respondents would answer a series of statements in a questionnaire distributed according to the required characteristics respondent. Data was processed via SPSS 27 with the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Instrument test to comparing the magnitude of the observed correlation coefficient with the magnitude of partial coefficient. The Classic Assumption Test used to determine whether there were violations in the classical assumptions and then continues with multiple linear regression on research variables.</i></p> <p><i>Results of this research shown that purchase intention had positive and significant affected by price and perceived quality as a partial subject. Perceived quality indicator was the strongest variable influences on purchasing interest in this research. The adjusted R square test value shown that the two x variables could explain 54.3% of y variable, which means there was many other possibility variables that can influence purchasing interest outside of what was examined in this research.</i></p>
<p><i>Keyword:</i></p> <p><i>ornamental fish</i> <i>Price</i> <i>Perceived Quality</i> <i>Purchase Interest</i></p>	
<p><i>Corresponding Author:</i></p> <p>Marsha Anindita, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur Jl. Ir. H. Juanda, No.15 Samarinda, 75124, Indonesia Email: ma364@umkt.ac.id</p>	

Pendahuluan

Perdagangan merupakan sebuah kegiatan yang dilaksanakan untuk memperoleh keuntungan. Keputusan seseorang untuk memiliki dan membeli suatu barang sangat dipengaruhi oleh minat yang dimiliki oleh seseorang (Tjiptono & Chandra, 2020). Sebagai seorang pengusaha, sangat penting untuk membuat konsumen menumbuhkan minat terhadap barang yang kita jual. Agar menarik minat konsumen untuk membeli, harga dan kualitas barang memiliki peran penting dalam menumbuhkan minat tersebut. Kotler & Amstrong (2019) menyatakan bahwa minat konsumen didefinisikan sebagai kecenderungan untuk membeli suatu produk berdasarkan pengalaman positif yang telah dirasakan sebelumnya terkait pemilihan, penggunaan, dan kualitas produk tersebut.. Minat pembelian dapat

dibagi menjadi empat, yaitu minat Transaksional, minat referensial, minat Preferensial, dan minat eksploratif (Ferdinand, 2006).

Salah satu bisnis yang mulai diminati adalah bisnis ikan hias. Memelihara ikan hias yang dahulu hanya dilakukan oleh kalangan amatir kini telah menjadi mata pencaharian banyak petani ikan, terlihat dari peluang yang dimiliki sektor ini. Alasannya karena pada lahan yang sempit dan air yang tidak mencukupi sekalipun, budidaya ikan hias dapat mendatangkan keuntungan ekonomi (Lesmana & Dermawan, 2001). Berdasarkan informasi dari Biro Humas dan Kerja Sama Luar Negeri KKP, (2017) bahwasanya Kalimantan timur memiliki potensi terbesar ketiga dalam minat masyarakat pada ikan hias. Diketahui bahwa menanamkan ketertarikan pelanggan untuk mencoba suatu barang hingga kemudian ingin membelinya menjadi kunci untuk membangkitkan minat beli (Kotler & Armstrong, 2019). Demikian pula, orang seringkali mempertimbangkan harga saat melakukan pembelian. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang didapatkan berbanding lurus dengan harga yang telah ditentukan. Sehingga timbul persepsi bagi seorang konsumen bahwa semakin tinggi harga, semakin baik pula kualitasnya (Agita & Sutopo, 2022). Dalam kebanyakan kasus, hubungan antara harga dan kualitas bersifat linier. Minat pembelian terhadap suatu produk seringkali dipengaruhi oleh tingkat kualitas yang ditawarkan (Halim & Iskandar, 2019). Kualitas produk pada dasarnya merupakan bagian terpenting guna menunjang penjualan karena persepsi konsumen terhadap produk yang berkualitas dapat menentukan diterimanya produk dipasaran (Putranto & Kartoni, 2020). Dengan diterimanya produk oleh masyarakat, maka persepsi kualitas produk telah terbentuk dan dinilai baik (Mrarani & Lastianti, 2022). Hal ini mendorong peneliti untuk mengetahui apakah minat masyarakat terhadap ikan hias di Kota Samarinda tumbuh begitu besar karena harga yang diberikan terjangkau, atau mungkin karena kualitas dari produk yang ditawarkan sangatlah terjangkau.

Penelitian oleh Sari et al.,(2023) mengemukakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian. Hasil ini selaras dengan penelitian lainnya (Susanti & Handayati, 2021; Lou, 2021; Andreadi, 2020; Rahayu et al., 2023) yang mendapati bahwa Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian. Tetapi dalam penelitian lain (Halim & Iskandar, 2019) menyatakan bahwa Harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Pembelian. Penelitian mengenai *perceived quality* yang telah dilakukan sebelumnya (Mrarani & Lastianti, 2022; Rooney et al., 2019; Sari, 2021; Muslihati & Trifiyanto, 2021; Shwastika & Keni, 2021) mengemukakan bahwa *perceived quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Namun terdapat perbedaan dalam penelitian lainnya (Kurniawan & Indriani, 2018) yang mengemukakan bahwa *perceived quality* tidak berpengaruh terhadap minat beli. Karena persepsi kualitas merupakan hal yang lebih personal, tergantung pada kebutuhan konsumen yang cenderung berbeda-beda akan suatu produk (Nugroho, 2021).

Metode Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Samarinda. Terdapat beberapa industri ikan hias yang berada di Kota Samarinda yang menjual berbagai produk ikan hias. Beberapa jenis ikan hias yang pada umumnya diminati oleh para penghobi ikan hias antara lain; ikan Cupang, ikan Koi, ikan Arwana, ikan mas koki, ikan Guppy, ikan Platis, dan ikan Badut (*Clown Fish*).

Populasi dan Sample Penelitian

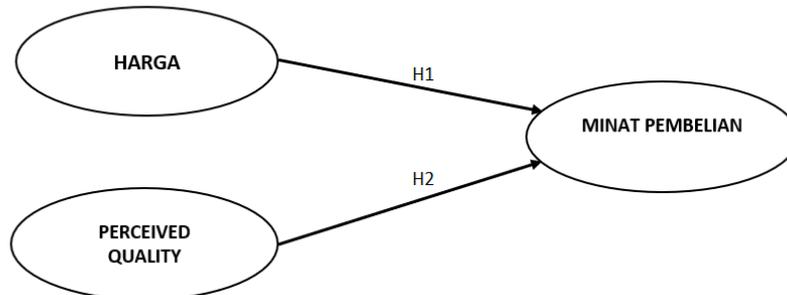
Populasi adalah zona generalisasi yang meliputi hal-hal atau subyek yang akan diteliti dan ditarik kesimpulannya berdasarkan ciri-ciri yang telah ditetapkan peneliti (Sugiyono, 2020). Peneliti menetapkan beberapa persyaratan bagi target responden penelitian ini seperti jenis kelamin, laki-laki atau perempuan, usia: minimal 16 tahun, pekerjaan (pelajar, pegawai, pengusaha, ibu rumah tangga) atau siapa pun yang menunjukkan kemampuan pembelian, ketertarikan akan objek penelitian, pengetahuan akan objek penelitian dan bertempat tinggal di Samarinda. Dalam penelitian ini, metode sampel acak digunakan untuk menentukan populasi. Metode pengambilan sampel acak adalah yang paling sederhana karena didasarkan pada asumsi bahwa setiap sampel atau orang yang mungkin mempunyai peluang yang sama untuk diambil secara acak (Arikunto, 2016).

Peneliti menggunakan metode pengambilan sampel subjektif (Hair et al., 2014) dimana besar sampel dihitung 10 kali jumlah total indikator. Skala Likert akan digunakan untuk membuat

pertanyaan survei. Poin-poin berikut ini menjadi dasar skala Likert, yang mengukur sejauh mana seseorang setuju dengan suatu pernyataan dalam skala enam poin. Respon peserta terhadap kuesioner diukur menggunakan skala Likert 6 poin.

Kerangka Konseptual

Kerangka teori penelitian ini menjelaskan bagaimana faktor independen harga dan *Perceived Quality* mempengaruhi variabel dependen minat pembelian. Semua demografi dapat



mengakses titik harga produk yang dapat dijangkau mayoritas masyarakat dan karenanya menimbulkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Sementara itu, *Perceived Quality* menekankan pada seberapa baik penilaian suatu produk muncul; ini membantu pelanggan mengevaluasi produk dan memperkuat pikiran mereka bahwa produk tersebut memiliki kualitas tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan keinginan mereka untuk membelinya.

Sumber: data olahan peneliti 2024

Gambar 1 Kerangka Konseptual

H1: Variabel Harga memiliki pengaruh secara positif terhadap Minat Pembelian.

H2: Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh secara positif terhadap Minat Pembelian.

Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah hal-hal dan tindakan yang ditetapkan oleh peneliti dalam variasi tertentu yang mempermudah peneliti untuk mempelajari dan mengembangkan kesimpulan berdasarkan pernyataan-pernyataan yang dikumpulkan (Sugiyono, 2020).

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	kode	Indikator	Sumber
Harga (X1)	H1	Harga Ikan Hias yang ditawarkan di Kota Samarinda sesuai dengan kualitasnya	(Tanjung, 2021)
	H2	Harga Ikan Hias yang ditawarkan di Kota Samarinda dapat dijangkau oleh semua kalangan	
	H3	Harga Ikan Hias di Samarinda saling bersaing antara toko	
<i>Perceived Quality</i> (X2)	PQ1	Ikan Hias di Kota Samarinda menawarkan berbagai macam variasi produk yang berkualitas baik	(Nasir, 2020)
	PQ2	Ikan Hias di Kota Samarinda memiliki daya hidup ikan baik (sehat) dan rata-rata dapat bertahan hidup diatas 1 tahun.	
	PQ3	Hias di Kota Samarinda memiliki tampilan yang	

		sesuai dengan spesifikasi konsumen dari segi ukuran, warna, pola dan species ikan.
	PQ4	Ikan Hias di Kota Samarinda memiliki standarisasi harga dengan kualitas ikan hias yang ditawarkan.
	PQ5	Ikan Hias di Kota Samarinda Memiliki kualitas produk bersaing antara satu toko dengan toko lainnya.
Minat beli (Y)	MB1	Saya berniat untuk mencari informasi lebih mendalam Mengenai produk ikan hias di Kota Samarinda. (Nugroho & Irena, 2017)
	MB2	Saya memiliki ketertarikan secara personal (<i>hobby</i>) untuk membeli produk ikan hias di Kota Samarinda.
	MB3	Saya berniat untuk membeli produk ikan hias di Kota Samarinda di masa mendatang.
	MB4	Saya berniat merekomendasikan produk ikan Hias di Kota Samarinda kepada orang lain.

Sumber: data olahan peneliti 2024

Hasil Dan Pembahasan

Setelah penyebaran kuesioner yang dilakukan seputar Kota Samarinda, diperoleh total 141 responden yang mengisi kuesioner dengan kriteria; bertempat tinggal di Kota Samarinda, berumur diatas 16 tahun dan memiliki ketertarikan atau pengetahuan dengan ikan hias. Hasil keseluruhan tersebut akan dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Berikut merupakan rincian mengenai karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian

Tabel 2 Deskriptif Data

Karakteristik	Jenis	Jumlah	Presentasi
Jenis Kelamin	Laki-laki	54	38%
	Perempuan	87	62%
Profesi	Pelajar/Mahasiswa	66	47%
	Pegawai/Karyawan	64	45%
	Pengusaha	8	6%
	Ibu rumah tangga	3	2%

Sumber: data olahan peneliti 2024

Uji Instrumen

Uji Validitas dan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan nilai hitung *Cronbach's alpha*. Nilai yang dihasilkan oleh *KMO Measure of Sampling Adequacy* harus diatas 0,50 agar analisis faktor dapat diproses (Verdian, 2019).

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa hasil tes *KMO Measure of Sampling Adequacy* dan nilai hitung *Cronbach's alpha* dari indikator Harga adalah $0,65 > 0,5$ dan $0,62 \geq 0,6$. Kemudian untuk indikator *Perceived Quality* sebesar $0,75 > 0,5$ dan $0,65 > 0,6$. Dan nilai uji validitas pada *KMO Measure of sampling Adequacy* dan nilai uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* untuk variabel Minat Beli sebesar $0,68 > 0,05$ dan $0,69 \geq 0,6$. Hal ini berarti ketiga variable tersebut dapat dinyatakan valid dan reliabel.

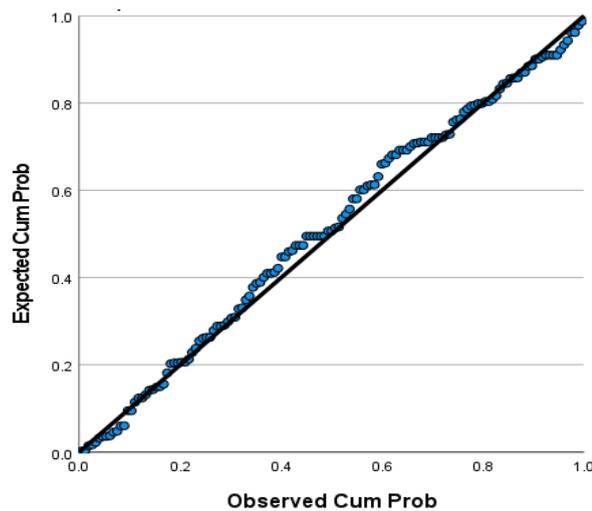
Tabel 3 Hasil Uji KMO dan Cronbach's Alpha

Variabel	Kode	KMO	Cronbach's Alpha	Nilai Matriks	Kesimpulan
Harga	H1	0,65	0,62	0,77	Valid dan Reliabel
	H2			0,79	
	H3			0,74	
Perceived Quality	PQ1	0,75	0,65	0,62	Valid dan Reliabel
	PQ2			0,56	
	PQ3			0,79	
	PQ4			0,69	
	PQ5			0,66	
Minat Pembelian	MB1	0,68	0,69	0,65	Valid dan Reliabel
	MB2			0,68	
	MB3			0,65	
	MB4			0,75	

Sumber: data olahan peneliti 2024

Uji Normalitas

Pengujian distribusi data normal atau tidak pada model regresi, variabel terikat dan variabel bebas dilakukan dengan uji normalitas. Normalitas data dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik normal P-Plot atau dengan melihat histogram dari residualnya (Raharjo, 2021).



Sumber: Data olahan peneliti 2024

Gambar 2 Grafik P-Plot

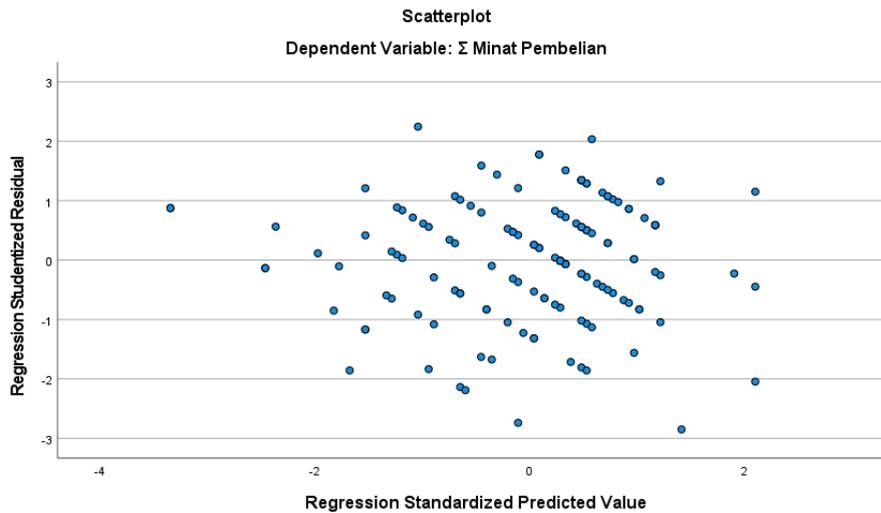
Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan distribusi pada grafik P-P plot yang akan membandingkan titik plotting data dengan garis diagonal. Distribusi dapat dikatakan normal apabila garis yang tercipta dari titik plot mengikuti garis diagonalnya. Pada gambar 2 terlihat bahwa titik plot mengikuti garis diagonal pada grafik P-Plot yang berarti bahwa dalam penelitian ini asumsi dari Normalitas terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya penyimpangan uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai Tolerance > 0.10 dan nilai VIF <10, maka data bebas dari gejala multikolinieritas (Ghazali, 2018).

Tabel 4 Uji Multikolinieritas

No.	Variabel	Tolerance	VIF
1	Harga	0.642	1.559



Sumber: data olahan peneliti 2024

Melihat hasil uji multikolinieritas pada tabel 4 menunjukkan nilai *tolerance* variabel Harga sebesar 0,642 > dari 0,1 dan nilai VIF 1,559 < dari 10 sehingga dinyatakan bahwa variabel Harga menunjukkan tidak adanya multikolinieritas. Nilai *tolerance* variabel *Perceived Quality* sebesar 0,642 > dari 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,559 < dari 10 maka dapat dinyatakan variabel *Perceived Quality* menunjukkan tidak ada multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memastikan apakah residual model regresi terdistribusi secara tidak seimbang (Verdian, 2019). Pada gambar 3 dapat terlihat bahwa titik data menyebar antara 0, baik bagian atas maupun bagian bawah. Titik-titik juga tersebar dan tidak berkumpul di bagian atas atau bagian bawah saja.

Sumber: data olahan peneliti 2024

Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas

Titik yang tersebar juga tidak berpola sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas dan model regresi yang ideal telah terpenuhi.

Uji t (Parsial)

Nilai signifikansi pada tabel *Coefficients* akan menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan tingkat persentase 95% tingkat kepercayaan atau dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Kriteria dari uji statistik t dapat dikatakan berpengaruh ketika nilai uji t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} maka hipotesis diterima. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 5 dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- Pengaruh variabel Harga terhadap Minat Beli Ikan Hias di Kota Samarinda memiliki nilai signifikansi sebesar <0,001 dan nilai $t_{hitung} = 3,882$. Karena nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 dan t_{hitung} lebih besar dari $t_{tabel} = 1,977$, maka H_1 diterima.
- Pengaruh variabel *Perceived Quality* terhadap Minat Beli Ikan Hias di Kota Samarinda memiliki signifikansi sebesar <0,001 dan nilai $t_{hitung} = 7,601$. Karena nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,05 dan t_{hitung} lebih besar dari $t_{tabel} = 1,977$, maka H_2 diterima.

Tabel 5 Tabel Uji hipotesis

No.	Variabel	T	Sig.	Tolerance	VIF	R Square	Adjusted R Square
1	Harga	3.882	0.000	0.642	1.559		
2	Perceived Quality	7.601	0.000	0.642	1.559	0.550	0.543

Sumber: data olahan peneliti 2024

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Semakin kecil Nilai R² maka berarti semakin kecil pula kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian regresi linear berganda, nilai yang diambil adalah nilai Adjusted R Square.

Dapat dilihat pada tabel 5 nilai Adjusted R Square sebesar 0,543 atau 54,3 %. Hal ini dapat menyatakan bahwa dalam penelitian ini kedua variabel independen yaitu Harga dan *Perceived Quality* dapat mendeskripsikan mengenai variabel Minat Beli sebesar 54,3 %, sedangkan sisanya sebesar 45,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan didalam penelitian ini.

Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan ini untuk memahami dampak dari harga dan *Perceived Quality* terhadap tingkat minat pembelian Ikan Hias di Kota Samarinda. Hal ini dilandasi tingginya angka pengiriman domestik *inbound* pada distribusi ikan hias dari kota lain ke Kalimantan Timur. Harga dan *Perceived Quality* merupakan dasar tolak ukur bagi konsumen dan informasi pertama yang konsumen lihat akan suatu produk. Minat pembelian konsumen cenderung tumbuh karena konsumen mendapatkan informasi dan referensi dari orang yang mereka kenal. Minat tersebut kemudian akan menuntun mereka untuk bertransaksi di kemudian hari (Adhimusandi et al., 2020).

3.7.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Pembelian

Berdasarkan perhitungan analisis regresi, dapat diketahui harga memiliki pengaruh secara positif signifikan terhadap minat pembelian Ikan Hias di Kota Samarinda. Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu oleh Sari et al, (2023) yang memperoleh hasil bahwa Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian. Hasil ini selaras dengan penelitian lainnya (Susanti & Handayati, 2021; Lou, 2021; Andreadi, 2020) yang mendapati bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian". Ikan hias merupakan barang *secondary*, dimana peminatnya cenderung kepada orang yang memiliki hobby atau sekedar ingin mengetahui tentang ikan hias. Minat merupakan situasi psikologis dalam angan-angan seseorang akan hal yang ingin mereka lakukan ketika mereka memiliki peluang untuk melakukannya, dimana hal ini merupakan rencana yang akan dilakukan di masa mendatang terlepas dari berapa lama keinginan itu terwujud atau tidaknya. Karena itu harga merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam minat pembelian.

3.7.2 Pengaruh *Perceived Quality* Terhadap Minat Pembelian

Berdasarkan perhitungan analisis regresi, diperoleh hasil bahwa *Perceived Quality* memiliki pengaruh positif signifikan Terhadap Minat Pembelian Ikan Hias di Kota Samarinda. Dalam penelitian sebelumnya (Widyarsih et al., 2023) memperoleh hasil bahwa *Perceived Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian. Hasil ini selaras dengan penelitian lainnya (Mrarani & Lastianti, 2022; Rooney et al., 2019; Muslihati & Trifiyanto, 2021; Shwastika & Keni, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian. Sari, (2021) mengatakan bahwa *perceived quality* merupakan salah satu penentu utama tumbuhnya minat pembelian kepada konsumen. Kualitas yang dirasakan oleh seseorang dapat memunculkan minat beli ketika kualitas yang tersedia sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Keinginan untuk membeli menuntun kepada tujuan standar hidup (atau gaya hidup), yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dasar atau sekedar mendapatkan kesenangan melalui penggunaan suatu produk (Roach et al., 2019).

Daya hidup ikan hias dapat dikatakan baik apabila dapat dipelihara dalam kurun waktu kurang lebih 1 tahun (Lesmana & Dermawan, 2001). Kualitas yang ditawarkan antar toko ikan hias di Kota Samarinda bersaing antar satu toko dengan toko lainnya, sehingga mudah bagi para konsumen untuk membandingkan produk.

REFERENSI

- Adhimusandi, D., Sudirman, H. A., & Militina, T. (2020). The Impact of Green Marketing and Corporate Social Responsibility on Brand Image, Purchase Intention, and Purchase Decision (Study on the Body Shop in Samarinda). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(4), 987–999. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Agita, M., & Sutopo. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Pada UD. Cindy Semarang. *Dharma Ekonomi*, 29(2), 77–90. <https://doi.org/10.59725/de.v29i2.52>
- Andreadi, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Secara Online Di Toko Pakaian Brainwash Graphic. 4(2), 126–138. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/view/42618>
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Biro Humas dan Kerja Sama Luar Negeri KKP. (2017). *Peta Lalulintas Ikan Hias di Indonesia, ke Kaltim Cukup Tinggi*. <https://www.niaga.asia/peta-lalulintas-ikan-hias-di-indonesia-ke-kaltim-cukup-tinggi/>
- Ferdinand, A. T. (2006). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education Inc.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. https://onsearch.id/Record/IOS4343.article-283?widget=1&library_id=953
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (B. Sabran (ed.); 12th ed.). Erlangga.
- Lesmana, D. S., & Dermawan, I. (2001). *Budidaya Ikan Hias Air Tawar*. penebar Swadaya.
- Lou, D. C. (2021). The Effect of Price, Promotion, and Packaging towards Purchase Intention of Stacks Food in Surabaya. *Review of Management and Entrepreneurship*, 5(2), 75–92. <https://doi.org/10.37715/rme.v5i2.1619>
- Mrarani, N. A., & Lastianti, S. D. (2022). Hubungan Kelompok Acuan, Perceived Value, Perceived Quality dan Media Sosial Terhadap Niat Pembelian serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Sepeda Pushbike (Studi pada Komunitas Pushbike Surabaya). *Jurnal Media Mahardhika*, 20(2), 252–263. <https://ojs.stiemahardhika.ac.id/index.php/mahardhika/article/view/393>
- Muslihati, R. P., & Trifiyanto, K. (2021). Pengaruh Health Awareness , Green Product dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli (Studi pada Jamu Herbal Tradisional di Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 78–86. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.765>
- Nasir, A. (2020). *Studi kelayakan bisnis Bisnis Era Revolusi*. CV. Adanu Abimata.
- Nugroho, A. R., & Irena, A. (2017). *The Impact of Marketing Mix , Consumer ' s Characteristics , and Psychological Factors to Consumer ' s Purchase Intention on Brand " W " in Surabaya*. 5(1), 55–69. <https://publication.petra.ac.id/index.php/ibm/article/view/5874>
- Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Perumahan Kunciiran - Tangerang). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 94–104. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.107>
- Raharjo, S. (2021). *Cara Uji Normal Probability Plot dalam Model Regresi dengan SPSS*. Spss Indonesia. <https://www.spssindonesia.com/2017/03/normal-probability-plot.html>
- Roach, B., Goodwin, N., & Nelson, J. (2019). Consumption and the Consumer Society | A GDAE Teaching Module on Social and Environmental Issues in Economics. *Global Development And Environment Institute, Tufts University, Chapter 8 from: Microeconomics in Context, Fourth Edition.*, 1–2. <http://ase.tufts.edu/gdae>
- Roony, C., Priambodo, D. D., Candraditya, H., Reinastya, K., & Hestiyani, M. (2019). Analisa Pengaruh Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Minat Beli (Case Study Integrated home protection). *Indonesian Business Review*, 2(1), 125–138. <https://doi.org/10.21632/ibr.2.1.125-138>
- Sari, D. A. K., Andriani, D. N., & Berlianantiya, M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Pada Usaha Minuman Chako Di Madiun. 2(1), 142–152. <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i1.1061>
- Sari, D. K. (2021). Analisis Pengaruh Quality Function Deployment, Elastisitas Harga, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha. *UBHARA Management Journal*, 1, 351–359. <http://journal.febubhara-sby.org/umj>
- Shwastika, R., & Keni, K. (2021). The Effect of Brand Awareness, Social Media Marketing, Perceived Quality, Hedonic

- Motivation, and Sales Promotion Towards Consumers Intention to Purchase in Fashion Industry. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570(Icebsh), 23–31. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.004>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Susanti, I., & Handayati, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Batik Jetis Di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(02), 842. <https://doi.org/10.29040/jie.v5i2.2748>
- Tanjung, I. (2021). Analysis of the Effect of Marketing Mix 7P on Purchase Decisions at Sentra Snack Stores. *International Journal of Review Management Business and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 125–133. <https://doi.org/10.37715/rmbe.v1i2.2421>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). Pemasaran Strategik. In Andy (Ed.), *Pemasaran Strategik Domain, Determinan, Dinamika* (1st ed.).
- Verdian, E. (2019). Analisis Faktor Yang Merupakan Intensi Perpindahan Merek Transportasi Online Di Surabaya. *AGORA*, 7(1).
- Widyarsih, A. R., Cahaya, Y. F., & Chairul, A. G. (2023). The Influence Of Brand Image, Viral Marketing, And Product Quality On Purchase Intention. *Adpebi International Journal of Multidisciplinary Sciences*, 2(1), 102–109. <https://doi.org/10.54099/aijms.v2i1.460>

NASKAH PUBLIKASI JERY EMOND KHOMARINDA

by jery comarinda

Submission date: 09-Jan-2024 09:52AM (UTC+0530)

Submission ID: 2267774556

File name: naspup_buat_ccek_aja.docx (940.92K)

Word count: 3293

Character count: 21039

NASKAH PUBLIKASI JERY EMOND KHOMARINDA

ORIGINALITY REPORT

26%
SIMILARITY INDEX

26%
INTERNET SOURCES

16%
PUBLICATIONS

9%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	text-id.123dok.com Internet Source	2%
2	dspace.umkt.ac.id Internet Source	2%
3	core.ac.uk Internet Source	2%
4	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
5	rinnanikshi.com Internet Source	1%
6	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
8	123dok.com Internet Source	1%
9	eprints.unsri.ac.id Internet Source	1%

BUKTI PENGIRIMAN (SUBMIT) ARTIKEL LUARAN PENELITIAN

Nama	:	Jery Emond Khomarinda
NIM	:	1911102431318
Nama Jurnal	:	Jurnal Ekonomi, Manajemen dan bisnis
Indeksasi	:	Sinta 4
URL Laman Jurnal	:	https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/index

1. Screenshot Submit Artikel

Judul : Pengaruh Harga dan Perceived Quality Terhadap Minat Pembelian pada Industri Ikan Hias di Kota Samarinda

The screenshot shows the submission page for the journal. The submission language is set to Bahasa Indonesia. The submission checklist includes several items that have been checked, indicating that the submission is ready for consideration. The copyright notice section provides information about the requirements for authors.

Submission Language
This journal accepts submissions in several languages. Choose the primary language of the submission from the pulldown below.
Language *

Submission Checklist
Indicate that this submission is ready to be considered by this journal by checking off the following (comments to the editor can be added below).

- The submission has not been previously published, nor is it before another journal for consideration (or an explanation has been provided in Comments to the Editor).
- The submission file is in OpenOffice, Microsoft Word, RTF, or WordPerfect document file format.
- Where available, URLs for the references have been provided.
- The text is single-spaced; uses a 12-point font; employs italics, rather than underlining (except with URL addresses); and all illustrations, figures, and tables are placed within the text at the appropriate points, rather than at the end.
- The text adheres to the stylistic and bibliographic requirements outlined in the Author Guidelines, which is found in About the journal.
- If submitting to a peer-reviewed section of the journal, the instructions in Ensuring a Blind Review have been followed.

Copyright Notice
The requirements that must be fulfilled by the author are as follows:

- The author keeps the copyright and gives the journal the first publishing rights of the manuscript simultaneously with the license under the Creative Commons Attribution License which allows others to share work with an authorization statement and initial publication in this journal.
- Authors can enter into this journal, in separate additional contractual arrangements for the non-exclusive distribution of a published version of the journal (e.g. posting it to an institutional repository or publishing it in a book), with acknowledgment of its initial publication in this journal.

The screenshot shows the 'Step 2. Uploading the Submission' page. It provides instructions for uploading the manuscript file. The submission file section shows that no file has been uploaded yet, and there are buttons for 'Choose File', 'Upload', 'Save and continue', and 'Cancel'. The page also includes a navigation menu and a sidebar with user information and additional menu items.

Step 2. Uploading the Submission

1. START 2. **UPLOAD SUBMISSION** 3. ENTER METADATA 4. UPLOAD SUPPLEMENTARY FILES 5. CONFIRMATION

To upload a manuscript to this journal, complete the following steps.

- On this page, click Browse (or Choose File) which opens a Choose File window for locating the file on the hard drive of your computer.
- Locate the file you wish to submit and highlight it.
- Click Open on the Choose File window, which places the name of the file on this page.
- Click Upload on this page, which uploads the file from the computer to the journal's web site and renames it following the journal's conventions.
- Once the submission is uploaded, click Save and Continue at the bottom of this page.

Encountering difficulties? Contact Agus Junaidi for assistance.

Submission File
No submission file uploaded.

Upload submission file No file chosen

ISSN: 2355-0295 || EISSN: 2549-8932

ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/author/submit/3?articleId=21174

Provide terms for indexing the submission; separate terms with a semi-colon (term1; term2; term3).

Academic discipline and sub-disciplines:
 Ekonomi, Manajemen, Bisnis

Keywords:

Geo-spatial coverage:

Chronological or historical coverage:

Research sample characteristics:

Type, method or approach:

Language:
 English=en; French=fr; Spanish=es. Additional codes.

Contributors and Supporting Agencies

Identify agencies (a person, an organization, or a service) that made contributions to the content or provided funding or support for the work presented in this submission. Separate them with a semi-colon (e.g. John Doe, Metro University; Master University, Department of Computer Science).

Agencies:

Originality Statement

ALAT BANTU SITASI

MENDELEY

ALAT BANTU SIMILARITY

turnitin

VISITOR STATISTICS

Visitor Statistics

JOURNAL CONTENT

Search Scope

All

Search

Browse

- » By Issue
- » By Author

ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/author/saveSubmit/5



ECODEMICA :

Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

ISSN : 2355-0295
EISSN : 2549-8932

HOME ABOUT USER HOME SEARCH CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS AUTHOR GUIDELINES

Home > User > Author > Submissions > **New Submission**

Step 4. Uploading Supplementary Files

1. START 2. UPLOAD SUBMISSION 3. ENTER METADATA 4. **UPLOAD SUPPLEMENTARY FILES** 5. CONFIRMATION

This optional step allows Supplementary Files to be added to a submission. The files, which can be in any format, might include (a) research instruments, (b) data sets, which comply with the terms of the study's research ethics review, (c) sources that otherwise would be unavailable to readers, (d) figures and tables that cannot be integrated into the text itself, or other materials that add to the contribution of the work.

ID	TITLE	ORIGINAL FILE NAME	DATE UPLOADED	ACTION
No supplementary files have been added to this submission.				

Upload supplementary file:

ISSN: 2355-0295 || EISSN: 2549-8932

SERTIFIKAT SINTA 4

S4

SERTIFIKAT

USER

You are logged in as...
jery_emonid

- » My Journals
- » My Profile
- » Log Out

ADDITIONAL MENU

Focus And Scope



ECODEMICA :

Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

ISSN : 2355-0295
EISSN : 2549-8932

- HOME ABOUT USER HOME SEARCH CURRENT ARCHIVES ANNOUNCEMENTS AUTHOR GUIDELINES

Home > User > Author > Submissions > **New Submission**

Step 5. Confirming the Submission

- 1. START 2. UPLOAD SUBMISSION 3. ENTER METADATA 4. UPLOAD SUPPLEMENTARY FILES 5. **CONFIRMATION**

To submit your manuscript to Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis click Finish Submission. The submission's principal contact will receive an acknowledgement by email and will be able to view the submission's progress through the editorial process by logging in to the journal web site. Thank you for your interest in publishing with Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis.

File Summary

ID	ORIGINAL FILE NAME	TYPE	FILE SIZE	DATE UPOADED
55585	JERY EMOND JOURNAL PUBLISH.DOCX	Submission File	922KB	01-23

ISSN: 2355-0295 || EISSN: 2549-8932

Indexed by:



SERTIFIKAT SINTA 4



USER

You are logged in as...
Jery_emond
» My Journals
» My Profile
» Log Out

ADDITIONAL MENU

- Focus And Scope
- Author Guidelines
- Publication Ethics
- Template's Ecodemica

2. Screenshot Bukti Indeksasi Sinta

Alamat URL Sinta: <https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/index/?q=ecodemica>

The screenshot shows the SINTA website interface. At the top, there are navigation links for Author, Subjects, Affiliations, Sources, FAQ, WCU, Registration, and Login. A search bar contains the text "ecodemica". Below the search bar, there are statistics: 9,575 Total Journals and 1,423 Total Publishers. A donut chart shows the Accreditation Level: Not Accredited: 3 (S5: 467), S1: 145, S2: 1021, S3: 1718, S4: 3276, and S5: 2945. The search results show one result for "JURNAL ECODEMICA : JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, DAN BISNIS" with an S4 Accredited status. The journal's details include its affiliation with Universitas Bina Sarana Informatika, ISSN: 2355-0295, E-ISSN: 2549-8932, and subject area of Economy. It also displays metrics: 5,54 Impact, 35 H5-index, 4,561 Citations 5yr, and 4,722 Citations.

3 Bukti Submit pada Akun Ecodemica status awaiting assignment

The screenshot shows the Ecodemica journal website. The header includes the journal's name "ECODEMICA : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis" and its ISSN (2355-0295) and E-ISSN (2549-8932). The website is hosted by Universitas Bina Sarana Informatika. The main navigation menu includes Home, About, User Home, Search, Current, Archives, Announcements, and Author Guidelines. The user is logged in as "jery_omond". The "Active Submissions" section shows a table with one submission in an "Awaiting assignment" status.

ID	MM-DD SUBMIT	SEC	AUTHORS	TITLE	STATUS
21174	01-23	ART	KHOMARINDA	PENGARUH HARGA DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP MINAT...	Awaiting assignment

1 - 1 of 1 Items

Start a New Submission
CLICK HERE to go to step one of the five-step submission process.

ISSN: 2355-0295 || EISSN: 2549-8932