

## Pengaruh harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan terhadap minat konsumen


### *The effect of building material prices and distribution of building materials on consumer interest*

Adriani<sup>1</sup>, Nur Fajariani<sup>2</sup>, Muh. Ferils<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Mamuju, Indonesia.

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Mamuju, Indonesia.

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Mamuju, Indonesia.

Corresponding author: adrianirusli50@gmail.com

#### Abstrak

Harga bahan bangunan memiliki nilai thitung 4,051 dan nilai ttabel didapatkan 1,70329 dengan demikian thitung > ttabel dengan nilai signifikan 0,008 lebih kecil dari 0,05 (5%) artinya harga bahan bangunan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju, dengan demikian hipotesis penelitian diterima secara parsial. Pendistribusian bahan bangunan memiliki nilai thitung 5,620 dan nilai ttabel didapatkan 1,70329 dengan demikian thitung > ttabel dengan nilai signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 (5%) artinya harga bahan bangunan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju, dengan demikian hipotesis penelitian diterima secara parsial. harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan nilai Fhitung yang didapatkan 23,624 dengan nilai Ftabel 3,35 dan tingkat signifikan 0.000, artinya Fhitung 23,624 > Ftabel 3,35 artinya harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.

#### Abstract

The price of building materials has a tcount value of 4.051 and a ttable value of 1.70329, thus tcount > ttable with a significant value of 0.008 smaller than 0.05 (5%), meaning that the price of building materials has a significant effect on consumer interest in purchasing building materials at Fajar Mas Store in Mamuju Regency, thus the research hypothesis is partially accepted. The distribution of building materials has a tcount value of 5.620 and the ttable value is 1.70329, thus tcount > ttable with a significant value of 0.001 smaller than 0.05 (5%), meaning that the price of building materials has a significant effect on consumer interest in purchasing building materials at Fajar Mas Store in Mamuju Regency, thus the research hypothesis is partially accepted. the price of building materials and the distribution of building materials, the Fcount value obtained is 23.624 with a Ftable value of 3.35 and a significant level of 0.000, meaning that Fcount 23.624 > Ftable 3.35 means that the price of building materials and the distribution of building materials together have a significant effect on consumer interest in purchasing building materials at Fajar Mas Store in Mamuju Regency.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2025 Adriani, Nur Fajariani, Muh. Ferils.

#### Article history

Received 2024-01-14

Accepted 2024-01-15

Published 2024-01-30

#### Kata kunci

Harga;  
Pendistribusian;  
Minat Konsumen.

#### Keywords

Price;  
Distribution;  
Consumer interest.

## 1. Pendahuluan

Pembangunan konstruksi bangunan di Kabupaten Mamuju telah berkembang pasca bencana gempa bumi yang melanda Kabupaten Mamuju pada tanggal 15 Januari 2021 meningkatnya kebutuhan akan sarana dan prasarana, khususnya bangunan rumah dan gedung, umumnya sebagian besar sarana dan prasarana (infrastruktur) yang ada menggunakan konstruksi beton, dimana teknologinya banyak digunakan masyarakat untuk memperkuat konstruksi bangunan. Bahan bangunan masih dapat memenuhi kebutuhan untuk pembangunan konstruksi dan secara keseluruhan konstruksi membutuhkan berbagai macam bahan bangunan seperti semen, keramik, besi, cat dan bahan bangunan lainnya yang diperdagangkan pelaku usaha atau toko bahan bangunan di Kabupaten Mamuju.

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum konsumen memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa

Penetapan harga bahan bangunan menjadi dasar bagi setiap konsumen dalam menilai barang sebelum melakukan pembelian, oleh karena itu harga menjadi sangat penting karena keadaan persaingan yang semakin tajam terkait banyaknya toko bahan bangunan di Kabupaten Mamuju. Perkembangan toko bahan bangunan saling bersaing semakin, peranan harga sangat penting terutama untuk menjaga dan meningkatkan posisi usaha yang tercermin dalam pangsa pasar, disamping itu untuk peran harga yang melekat pada produk dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan usaha.

Penetapan harga yang tepat dapat memberikan kemampuan bersaing antara toko bahan bangunan yang satu dengan yang lainnya hingga kemampuan pelaku usaha dalam penetapan harga produk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Biasanya harga yang terendah yang akan dipilih pembeli, sehingga dapat meningkatkan permintaan pasar dan menghasilkan peningkatan volume penjualan yang didapatkan oleh pelaku usaha. Mengingat harga merupakan unsur penting untuk menentukan pasar, hendaknya Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju dapat menentukan harga yang tepat, baik dalam jangka pendek maupun dalam jangka panjang. Karena dengan penentuan harga yang tepat akan mendorong pembelian bahan bangunan oleh konsumen dalam jumlah yang lebih banyak.

Menurut Winata (2019) Salah satu faktor keinginan konsumen adalah barang sampai ke rumah konsumen dengan tepat waktu dan produk sesuai dengan yang diharapkan. Keberhasilan penjualan dapat dilihat dari kemampuan menyediakan sarana penganataran hasil penjualan yang dilakukan. Untuk mencapai keberhasilan penjualan akan mendapatkan manfaat yang baik bilamana konsumen merasakan pelayanan pengantaran dengan distribusi barang yang tepat.

Permasalahan distribusi barang merupakan aspek permasalahan yang memiliki peran vital yang cukup besar bilamana biaya dan tingkat pelayanan kepada konsumen terabaikan hingga menimbulkan kesan yang negatif dari konsumen. Ada beberapa kendala yang harus dihadapi dalam proses distribusi, seperti jumlah permintaan barang yang berbeda-beda pada setiap konsumen, kapasitas kendaraan, batas waktu pengiriman, kecepatan rata-rata yang dapat ditempuh pada jalur dan waktu tertentu, dan lokasi konsumen yang berbeda pula.

Pengantaran barang yang selama ini dilakukan Toko Fajar Mas dalam memberikan pelayanan penjualan di Kabupaten Mamuju memegang peranan penting dalam masalah pendistribusian, karena harus menjamin mobilitas produk dengan berbagai kendala seperti pengiriman harus tepat waktu dengan mempertimbangkan biaya distribusi yang dikeluarkan oleh pelaku usaha, sebab biaya distribusi akan dipengaruhi oleh beberapa hal seperti rute yang dipilih dalam pengiriman dan kapasitas angkut kendaraan.

## 2. Metode

### 2.1. Teknik Pengumpulan Data

Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan objek penelitian menggunakan metode sebagai berikut:

- 1) Studi Kepustakaan (*Library Research*) atau studi dokumen, untuk memperoleh data skunder dipergunakan studi kepeustakaan yang dilakukan dengan cara membaca, mempelajari, mengutip, dan merangkum data yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas
- 2) Studi Lapangan, untuk memperoleh data primer adalah dengan mengadakan pengamatan langsung di tempat yang dijadikan objek penelitian, mengadakan wawancara yang ditujukan kepada responden yang ditujukan kepada responden yang ditentukan secara *purposive sampling*, yaitu pengembalian sampel secara tunjuk.
- 3) Kuesioner, teknik pengumpulan data berupa daftar pertanyaan dan pernyataan atas pokok permasalahan dengan mengacu pada variabel-variabel penelitian. Pembagian kuesioner dilakukan dengan cara membuat daftar kalimat pernyataan dilengkapi dengan alternative tanggapan yang diberikan bobot angka 1 sampai 5.

### 2.2. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Uji Validitas  
Menurut Ghozali (2012:35) validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang harusnya diukur. Mengukur validitas dapat membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$  dimana jika  $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$  butir pernyataan dianggap valid.
- 2) Uji Reliabilitas  
Merupakan alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2012:35). Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) menggunakan koefisien *Cronbach's Alpa*  $> 0,6$
- 3) Uji Regresi Linier Berganda  
Analisis dengan menggunakan rumus regresi linear berganda seperti yang dikutip oleh Sugiyono (2014:40), yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y : Minat Konsumen

$X_1$  : Harga Bahan Bangunan

$X_2$  : Pendistribusian Bahan Bangunan

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

e : Error term

Untuk membuktikan hipotesis yang telah dikemukakan, maka dalam penelitian ini digunakan analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Pengisian kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert yang terdiri atas sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Kelima penilaian tersebut diberi bobot sebagai berikut:

Sangat setuju	(SS)	diberi bobot 5
Setuju	(S)	diberi bobot 4
Kurang setuju	(KS)	diberi bobot 3
Tidak setuju	(TS)	diberi bobot 2
Sangat tidak setuju	(STS)	diberi bobot 1

Uji t digunakan mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Langkah-langkah untuk melakukan uji t sebagai berikut:

- 1) Ho1 merupakan variabel harga bahan bangunan secara parsial mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.
- 2) Ha1 merupakan variabel harga bahan bangunan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.
- 3) Ho2 merupakan variabel pendistribusian bahan bangunan secara parsial mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.
- 4) Ha2 merupakan variabel pendistribusian bahan bangunan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat konsumen pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) jika signifikansi  $t_{hitung} > t_{tabel}$  0,05, berarti Ho diterima atau Ha ditolak. Jika signifikansi  $t_{hitung} < t_{tabel}$  0,05, berarti Ho ditolak atau Ha diterima.

Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan koefisien regresi variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. Langkah-langkah untuk melakukan uji F sebagai berikut:

Ho = Harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.

Ha = Harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Uji Validitas

Adapun hasil uji validitas dalam penelitian adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
Pernyataan X1.1	0,527	0,3061	Valid
Pernyataan X1.2	0,595	0,3061	Valid
Pernyataan X1.3	0,425	0,3061	Valid
Pernyataan X1.4	0,690	0,3061	Valid
Pernyataan X2.1	0,611	0,3061	Valid
Pernyataan X2.2	0,651	0,3061	Valid
Pernyataan X2.3	0,601	0,3061	Valid
Pernyataan X2.4	0,567	0,3061	Valid
Pernyataan Y1.1	0,714	0,3061	Valid
Pernyataan Y1.2	0,666	0,3061	Valid
Pernyataan Y1.3	0,519	0,3061	Valid
Pernyataan Y1.4	0,599	0,3061	Valid

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan angka  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka item dikatakan valid dan sebaliknya jika  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka item dikatakan tidak valid.  $r_{hitung}$  dicari dengan menggunakan program SPSS versi 24.0, sedangkan  $r_{tabel}$  dicari dengan cara melihat tabel r. Berdasarkan tabel *product moment* untuk *degree of freedom* (df) = N - 2, dimana jumlah N (sampel) adalah 30 - 2 = 28, maka diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,3061. Hasil uji validitas pada tabel 19 di atas diketahui angka  $r_{hitung}$  untuk pernyataan X1.1 sebesar 0,527 > 0,3061, pernyataan X1.2 sebesar 0,595 > 0,3061, pernyataan X1.3 sebesar 0,425 > 0,3061, dan pernyataan X1.4 sebesar 0,690 > 0,3061. Untuk pernyataan X2.1 sebesar 0,611 > 0,3061, pernyataan X2.2 sebesar 0,651 > 0,3061, pernyataan X2.3 sebesar 0,601 > 0,3061 dan pernyataan X2.4 sebesar 0,567 > 0,3061. Untuk pernyataan Y1.1 sebesar 0,714 > 0,3061, pernyataan Y1.2 sebesar 0,666 > 0,3061, pernyataan Y1.3 sebesar 0,519 > 0,3061 dan pernyataan Y1.4 sebesar 0,599 > 0,3061.

### 3.2. Uji Realibilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**  
*Reliability Statistics*

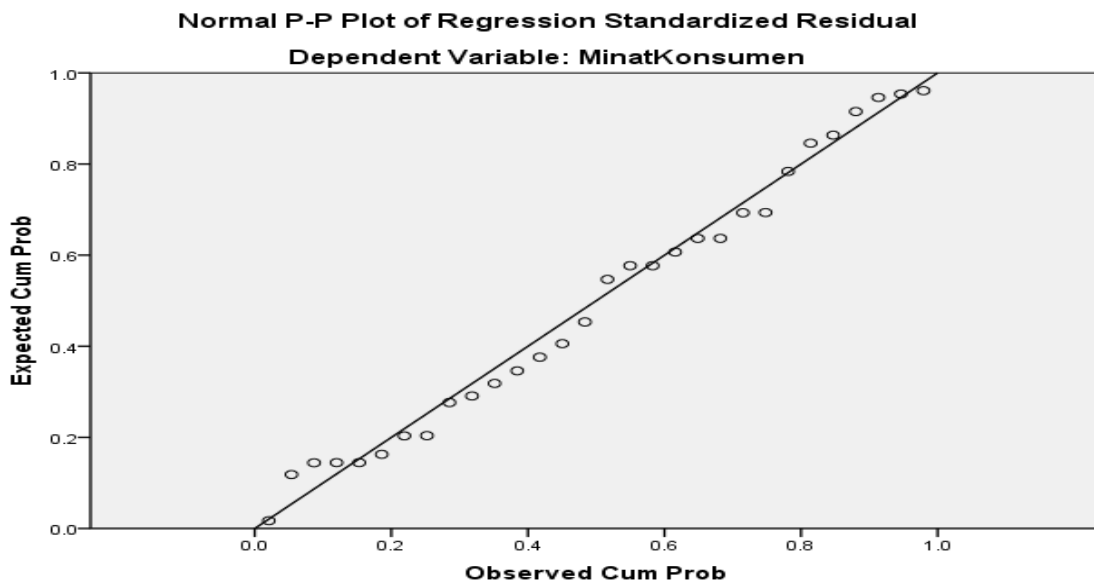
Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Harga Bahan Bangunan (X1)	0,689	Reliabel
Pendistribusian Bahan Bangunan (X2)	0,611	Reliabel
Minat Konsumen (Y)	0,676	Reliabel

Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan angka *Cronbach Alpha* dengan ketentuan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jika nilai *Cronbach Alpha* yang didapatkan dari hasil perhitungan SPSS lebih besar dari 0,60 maka disimpulkan kuisisioner tersebut reliabel, sebaliknya jika *Cronbach Alpha* < 0,60 maka disimpulkan tidak reliable. Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh nilai *Cronbach's alpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel untuk dijadikan alat ukur atau dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam fungsi ukurnya tidak menimbulkan arti ganda

### 3.3. Uji Asumsi Klasik

#### 3.3.1. Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat nilai residu terdistribusi secara normal atau sebaliknya. Model regresi yang baik dan tepat merupakan regresi yang memiliki distribusi residu secara normal. Maka dari itu, uji normalitas tidak digunakan untuk setiap variabel yang ada pada penelitian, tetapi digunakan untuk nilai residunya dengan melihat model histogram dan normal P-Plot dari hasil output *Statistical Product Standart Solutions* (SPSS) Versi 24.0 adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. model histogram dan normal P-Plot output SPSS**

Histogram display normal curve dapat ditentukan berdasarkan bentuk gambar kurva, data dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderungimbang baik pada sisi kiri maupunj sisi kanan dan kurva berbentuk menyerupai lonceng yang hampir sempurna.

### 3.3.2. Multikolinieritas

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Perilaku Konsumen	0,071	0,118	0,117	0,912	1,072
Kualitas Pelayanan	0,175	0,198	0,198	0,942	1,062

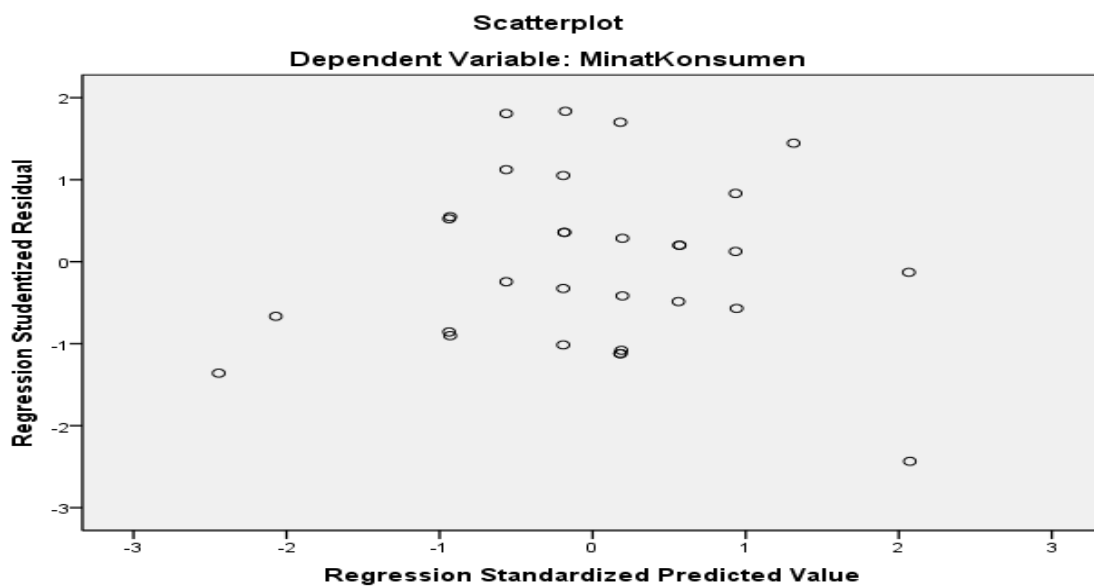
Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiringan dengan variabel independen yang lain dalam satu model, dengan *Variance Infation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *Coefficients*, masing-masing variabel independen

Hasil uji melalui *Variance Infation Factor* (VIF) pada hasil output SPSS tabel *Coefficients*, masing-masing variabel independen memiliki *Variance Infation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,1. Maka dapat dinyatakan model regresi linear berganda terbebas dari asumsi klasik statistik dan dapat digunakan dalam model penelitian.

### 3.3.3. Heteroskedastisitas

Uji *heteroskedastisitas* digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu priode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan pada model gambar *scatterplot* dimana dapat menjelaskan titik-titik data yang menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0. Penyebaran titik-titik tidak berbentuk pola bergelombang melebar dan menyempit dan melebar serta menyempit kembali, sehingga model regresi linear berganda tidak terdapat *heteroskesedastisitas* dalam penelitian ini.



**Gambar 2. Model Scatterplot**

### 3.3.4. Uji Regresi Linear Berganda

Sebelum memulai menghitung hasil analisis regresi adapun rumus mencari  $F_{tabel}$  dan  $t_{tabel}$  yakni adalah sebagai berikut:

Cara mencari  $F_{tabel}$

Rumus  $F_{tabel}$

$$df1 = K - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df2 = N - K = 30 - 3 = 27$$

K = jumlah semua variabel baik dependen maupun independen

N = jumlah responden

Dari hasil perhitungan diatas maka nilai  $F_{\text{tabel}}$  didapatkan 3,35

Cara menguji  $t_{\text{tabel}}$

$$\text{Rumus } t_{\text{tabel}} = N - K = 30 - 3 = 27$$

N = jumlah responden

K = jumlah variabel X dan Y

Dari hasil perhitungan diatas maka nilai  $t_{\text{tabel}}$  didapatkan adalah 1,70329.

**Tabel 4. Hasil Regresi linear Berganda**

Variabel Bebas	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22,191	5,237		4,238	0,640
Harga Bahan Bangunan	0,534	0,523	,404	4,051	0,008
Pendistribusian Bahan Bangunan	0,716	0,787	,620	5,620	0,001

Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari analisis perhitungan dihasilkan :

$$Y = 22,191 + 0,534X_1 + 0,716X_2$$

Interpretasi mengenai persamaan di atas adalah sebagai berikut:

- 1)  $a = 22,191$  adalah bilangan kostanta yang menunjukkan besarnya nilai minat konsumen jika harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan sama dengan nol atau dalam keadaan tetap.
- 2)  $b_1 = 0,534$  adalah angka yang menunjukkan koefisien untuk variabel harga bahan bangunan, artinya bila harga bahan bangunan mengalami penurunan satu satuan, maka nilai minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju akan naik sebesar 0,534, dengan asumsi variabel lain dalam keadaan tetap.
- 3)  $b_2 = 0,716$  adalah angka yang menunjukkan koefisien untuk variabel pendistribusian bahan bangunan, artinya bila pendistribusian bahan bangunan mengalami peningkatan satu satuan, maka nilai minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju akan naik sebesar 0,716, dengan asumsi variabel lain dalam keadaan tetap.

### 3.4. Pengujian Hipotesis

#### 3.4.1. Uji Hipotesis Secara Parsial

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis maka digunakan alat uji parsial atau uji t, dimana parsial atau uji t digunakan untuk menguji variabel secara satu persatu, seperti variabel harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $t_{\text{hitung}}$  dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$ . Nilai  $t_{\text{tabel}}$  dalam penelitian ini adalah 1,70329. Kreteria keputusan yang digunakan pada uji parsial atau uji t, yaitu  $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$  berarti  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dan jika  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Model hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1)  $H_0 : b_1 = b_2 = 0$  artinya harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan masing-masing berpengaruh tidak signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.
- 2)  $H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$  harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan masing-masing berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.

Berdasarkan uji parsial (uji t) dari hasil analisis data dapat diketahui bahwa:

- 1) Harga bahan bangunan memiliki nilai  $t_{\text{hitung}}$  4,051 dan nilai  $t_{\text{tabel}}$  didapatkan 1,70329 dengan demikian  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dengan nilai signifikan 0,008 lebih kecil dari 0,05 (5%). Sehingga keputusan yang diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya harga bahan bangunan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju, dengan demikian hipotesis penelitian diterima secara parsial.
- 2) Pendistribusian bahan bangunan memiliki nilai  $t_{\text{hitung}}$  5,620 dan nilai  $t_{\text{tabel}}$  didapatkan 1,70329 dengan demikian  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  dengan nilai signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 (5%). Sehingga

keputusan yang diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya harga bahan bangunan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju, dengan demikian hipotesis penelitian diterima secara parsial.

### 3.4.2. Uji Hipotesis Secara Simultan

Hasil uji simultan atau uji F dari hasil analisis yang telah dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $F_{hitung}$  dengan nilai  $F_{tabel}$ , yaitu:

**Tabel 5. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2,803	2	1,401	23,624	0,000
Residual	60,664	27	2,247		
Total	63,467	29			

a. Dependent Variable: Minat Konsumen

Dari hasil analisis pada tabel 5 didapatkan harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan nilai  $F_{hitung}$  yang didapatkan 23,624 dengan nilai  $F_{tabel}$  3,35 dan tingkat signifikan 0.000, artinya  $F_{hitung} 23,624 > F_{tabel} 3,35$ . Sehingga keputusan yang diambil adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju, dengan demikian hipotesis penelitian diterima secara simultan.

### 3.4.3. Koefisien Korelasi (R) Dan Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	0,810	0,844	0,427	1,409	

Berdasarkan hasil tabel 6 menjelaskan koefisien korelasi (R) sebesar 0,810 termasuk kategori hubungan kuat. Untuk koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,844 menunjukkan besarnya pengaruh harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan mampu menjelaskan minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju sebesar 84,4% dan sisanya 15,6% merupakan variabel lainnya yang diasumsikan dapat berpengaruh terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.

## 4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

- 1) Hasil uji secara parsial atau satu persatu menunjukkan harga bahan bangunan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.
- 2) Hasil uji secara parsial atau satu persatu menunjukkan pendistribusian bahan bangunan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.
- 3) Hasil uji secara simultan atau bersama-sama menunjukkan harga bahan bangunan dan pendistribusian bahan bangunan berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen melakukan pembelian bahan bangunan pada Toko Fajar Mas di Kabupaten Mamuju.

### Daftar Pustaka

Abda, Nabilatul; Sutrisna Endang. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Vizcake Pekanbaru. JOM FISIP Volume 5, Edisi II, 1-15

- Afiah, N., & Ramli, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Volume Penjualan PT. Bu'cuwa Family Group Kabupaten Mamuju. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2).
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. (2012).Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press. Jakarta.
- Arif, M. (2018). Supply Chain Management : Konsep dan Pelaksanaan SCM, Fungsi SCM Bagi Perusahaan, Pengembangan dari SCM, Distribusi dalam SCM, Analisis Inventori, Pembelian dalam SCM, Procurement dalam SCM. Yogyakarta: Deepublish (Group Penerbitan CV Budi Utama)
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). Pemasaran Esesi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. (2014). Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, Imam. (2012). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 20. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Henry Simamora, (2016), Manajemen Sumber Daya Manusia, Gramedia, Jakarta.
- Ismail Nawawi.(2011). Islam dan Bisnis, Surabaya:VIV Press.
- Khotimah, D. S. (2016). *Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Produk Pada Tb. Bangunan Baru Kopo Sayati Bandung* (Doctoral Dissertation, Perpustakaan).
- Kotler, Amstrong. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta. Cakra Ilmu
- Nugrah, A. N. D., Rozalina, R., & Mahyuddin, T. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Sayuran Hidroponik Di Ud. Aceh Hidroponik Kecamatan Karang Baru Kabupaten Aceh Tamiang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(4), 5897-5904.
- Purnamasari, W., Rohmatiah, A., & Indartini, M. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Saluran Distribusi Semen Gresik Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Distributor PT Abadi Putera Wirajaya). *Jurnal Ekomaks Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 10(1), 40-50.
- Rahmadani, A., Andriansyah, M., & Asmara, W. S. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Di Toko Sinar Rengas Material Bangunan Sungai Rengas. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(1), 231-238.
- Ramli, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada PT. ASDP KABUPATEN MAMUJU. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 90-111.
- Ramli, S., & Asia, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Planet Kids Di Kabupaten Mamuju. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2).
- Setiawan, A. (2021). Aplikasi Pengembangan Desa untuk Mempermudah Pendistribusian Hasil Tani dan Pelayanan Teknologi Informasi.
- Shalsabillah, S., & Sugiyanto, S. (2022). Pengaruh Promosi, Lokasi, Kualitas Bangunan Terhadap Minat Beli Pada Perumahan Annieland Cisoka Tangerang. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(3), 381-404.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyari, Ikanita Novirina. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflamme (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Diponegoro Semarang). Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra. (2017). Pemasaran Strategik. Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI)
- Winata, S. (2019). *Pengaruh Harga Jual dan Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada PT. Marga Sarana Bloc* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya).