

PENGARUH INOVASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA UMKM KERIPIK OPAK BERKAH DI KECAMATAN SIBIRU-BIRU

Fajar Agung Leksmana¹, Aprinawati²

Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

fajarleksmana716@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of product innovation and product quality on repurchase intention at the UMKM Berkah Opak Chips in Sibiru-Biru District. This research was motivated by the low interest in purchasing Berkah Opak Chips in Sibiru-Biru District. The study sample involved 73 respondents, and data were collected using a questionnaire with 22 statements. The data analysis technique used was multiple linear regression. Based on the results, product innovation partially significantly influenced repurchase intention, with a calculated t-value of 7.365 and a significance level of 0.000. Similarly, product quality also partially significantly influenced repurchase intention, with a calculated t-value of 2.984 and a significance level of 0.004. Furthermore, product innovation and product quality simultaneously significantly influenced repurchase intention, as indicated by a calculated F-value of 84.039 and a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R^2) of 0.698 indicates that these two variables contribute 69,8% to explaining the variation in repurchase intention. Therefore, it can be concluded that product innovation and product quality significantly influence repurchase intention at the Berkah Opak Chips MSME in Sibiru-Biru District.

Keywords: Product Innovation¹, Product Quality², Repurchase Intention³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada UMKM Keripik Opak Berkah di Kecamatan Sibiru-Biru. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya minat beli pada Keripik Opak Berkah Kecamatan Sibiru-Biru. Sampel penelitian ini melibatkan 73 responden dan data dikumpulkan menggunakan angket dengan 22 pernyataan. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh temuan bahwa inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, dengan nilai t hitung 7.365 dan sig. 0.000. Demikian pula, kualitas produk secara parsial juga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, dengan nilai t hitung 2.984 dan sig. 0.004. Lebih lanjut, inovasi produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh

signifikan terhadap minat beli ulang, ditunjukkan oleh nilai F hitung 84.039 dan sig. 0.000. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.698 menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berkontribusi sebesar 69,8% dalam menjelaskan variasi minat beli ulang. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada UMKM Keripik Opak Berkah Di Kecamatan Sibiru-Biru.

Kata Kunci: Inovasi Produk¹, Kualitas Produk², Minat Beli Ulang³

A. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. UMKM atau Micro Small and Medium Enterprises (SMEs) memiliki peranan vital dalam perekonomian, terutama di negara berkembang seperti Indonesia.

Berdasarkan data DiskopUMK Sumutprov, 2024, tercatat di Kab. Deli Serdang terdapat 2.540 UMKM yang sebagian besar bergerak di sektor makanan olahan, diikuti oleh jasa, kerajinan, seni dan mode, kesehatan dan sanitasi, pertanian, peternakan, dan perkebunan. Pada tahun 2024, pertumbuhan sektor UMKM di Deli Serdang berdampak positif yaitu meningkat sebesar 5,36%. Dari sisi produksi, sektor penyediaan akomodasi dan makanan-minuman tumbuh sebesar 15,06%. Kab. Deli

Serdang khususnya kecamatan Sibiru-biru merupakan daerah penghasil produk keripik opak.

Namun, berdasarkan hasil temuan lapangan terdapat kendala pada UMKM opak pada kecamatan sibiru-biru yaitu rendahnya minat beli masyarakat yang disebabkan oleh persaingan, kurangnya pemahaman teknologi yang terus berkembang, kurangnya pengetahuan tentang kebutuhan konsumen, dan kurangnya kemampuan untuk mengembangkan produk yang inovatif. Berdasarkan hasil observasi pra penelitian pada UMKM Keripik Opak Berkah dalam proses produksi menggunakan alat manual dan metode pengemasan tradisional, ini mengakibatkan tidak menjamin kualitas yang sama pada setiap hasil produk. Permasalahan ini karena kurangnya pelatihan dan standar operasional produksi. Kualitas produk yang tidak konsisten akan mempengaruhi tingkat kepuasan

pelanggan, dan menurunkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Dengan melakukan inovasi dalam pengemasan produk, konsumen berminat untuk memilih dan membeli produk yang ditawarkan. Inovasi Produk adalah sistem untuk pengembangan organisasi yang perlu memperkenalkan produk yang inovatif kepada penjual atau distributor (Prathama & Dirgantara, 2020). Inovasi bukan berarti harus menciptakan produk baru, tetapi juga bisa berperan dalam pengembangan varian rasa, perubahan desain kemasan, peningkatan cara penyajian, serta menambah nilai suatu produk.

Berdasarkan hasil observasi pra penelitian pada UMKM Keripik Opak Berkah diperoleh data bahwa terdapat beberapa varian rasa pada produk opak tetapi belum menggunakan kemasan yang layak untuk bersaing dengan tren pasar. Padahal kemasan merupakan salah satu faktor yang menarik perhatian dan minat beli konsumen.

Selain Inovasi Produk, yang menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan konsumen

untuk membeli kembali suatu produk adalah Kualitas Produk. Menurut Kotler (2014), Kualitas Produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya termasuk daya tahan, kehandalan, kemudahan pengoprasian dan perbaikannya.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan Paramita Gita Prameswari dan Farida Akbarina (2025) membuktikan bahwa inovasi produk dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki dampak signifikan terhadap minat beli ulang. menjelaskan bahwa Inovasi Produk dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Berdasarkan permasalahan Minat Beli Ulang konsumen yang rendah pada UMKM Keripik Opak Berkah di Kecamatan Sibiru-Biru maka peneliti tertarik untuk kembali melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada UMKM Keripik Opak Di Kecamatan Sibiru-Biru”.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian ini

dilaksanakan dengan 3 tahapan yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan, dan tahap akhir. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebar angket kepada 73 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang meliputi uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dilanjutkan dengan uji heteroskedastisitas, setelah itu melakukan uji hipotesis dengan uji t (parsial) dan uji f (simultan), dan uji koefisien determinasi (R^2).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini telah dilaksanakan sejalan dengan prosedur rancangan penelitian yang dimulai dengan uji coba instrumen penelitian kepada 30 responden untuk memastikan instrumen yang digunakan bersifat valid dan andal, selanjutnya melaksanakan kegiatan penelitian dengan menyebar angket kepada 73 responden yaitu konsumen keripik opak berkah kecamatan sibiru-biru. Setelah data terkumpul dilanjutkan dengan analisis data menggunakan regresi linear berganda berbantuan SPSS 31.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa data instrumen tes bersifat akurat (Janna & Herianto, 2021). Validasi instrumen penelitian ini dilakukan kepada 30 responden. Berikut hasil uji validitas

Tabel 1 hasil uji validitas

Variabel	Item	r_{tabel}	r_{hitung}	Ket
X1	X1.1	0,774	0,361	Valid
	X1.2	0,799	0,361	Valid
	X1.3	0,759	0,361	Valid
	X1.4	0,368	0,361	Valid
	X1.5	0,799	0,361	Valid
	X1.6	0,506	0,361	Valid
X2	X2.1	0,659	0,361	Valid
	X2.2	0,414	0,361	Valid
	X2.3	0,731	0,361	Valid
	X2.4	0,715	0,361	Valid
	X2.5	0,819	0,361	Valid
	X2.6	0,528	0,361	Valid
	X2.7	0,400	0,361	Valid
	X2.8	0,587	0,361	Valid
	X2.9	0,497	0,361	Valid
	X2.10	0,628	0,361	Valid
Y	Y1.1	0,890	0,361	Valid
	Y1.2	0,777	0,361	Valid
	Y1.3	0,594	0,361	Valid
	Y1.4	0,835	0,361	Valid
	Y1.5	0,508	0,361	Valid
	Y1.6	0,796	0,361	Valid

Sumber: olah data, 2025

Berdasarkan tabel 1 hasil uji validitas diperoleh hasil $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$ sehingga dapat dinyatakan bahwa seluruh instrumen valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi suatu instrumen. Suatu instrumen tes dianggap reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Berikut

hasil reliabilitas instrumen tes penelitian.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Hasil Cronbach Alpha	Ket
1	Inovasi Produk (X1)	0,764	Valid
2	Kualitas Produk (X2)	0,797	Valid
3	Minat Beli Ulang (Y)	0,815	Valid

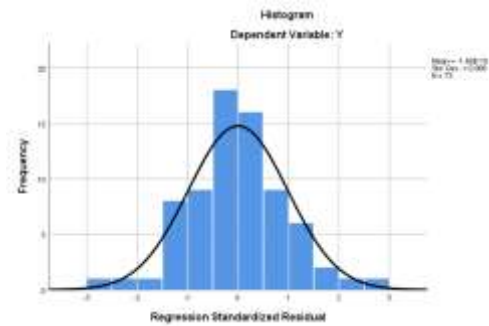
Olah data, 2025

Berdasarkan tabel 2 uji reliabilitas diperoleh hasil reliabilitas inovasi produk 0,764, kualitas produk 0,797, dan minat beli ulang 0,815. Sesuai dengan ketentuan uji reliabilitas jika nilai cronbach alpha > 0,60 maka seluruh instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

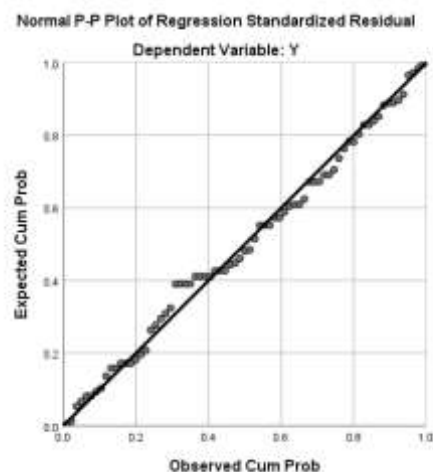
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian terdistribusi normal atau tidak (Sahir, 2021). Uji normalitas dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu menggunakan pendekatan *histogram*, *probability plot* (*P-Plot*), dan uji *Kolmogorov Smirnov*.



Olah data, 2025

Gambar 1 Grafik Histogram

Berdasarkan gambar tersebut, diperoleh hasil data terdistribusi normal karena batang histogram relatif simetris dan membentuk kurva, sehingga dapat disimpulkan bahwa syarat telah terpenuhi dan dapat dinyatakan bahwa data telah terdistribusi normal.



Sumber: SPSS versi 31

Gambar 2 Grafik P-Plot

Berdasarkan gambar P-plot menggunakan SPSS versi 31 diperoleh hasil bahwa titik-titik data pada gambar menyebar sangat rapat dan mengikuti garis lurus diagonal dari

ujung ke ujung, ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian telah terdistribusi secara normal.

Tabel 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.36234320
Most Extreme Differences	Absolute	.087
	Positive	.047
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.183
	99% Confidence Interval	Lower Bound
		Upper Bound
		.173
		.192

Olah data, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0.200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi normal.

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan tidak ada korelasi yang tinggi antar variabel independen. Uji multikolinearitas dikatakan tidak berkorelasi jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,00. (Huda & Sony Azar, 2021)

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.551	1.815
	X2	.551	1.815

a. Dependent Variable: Y

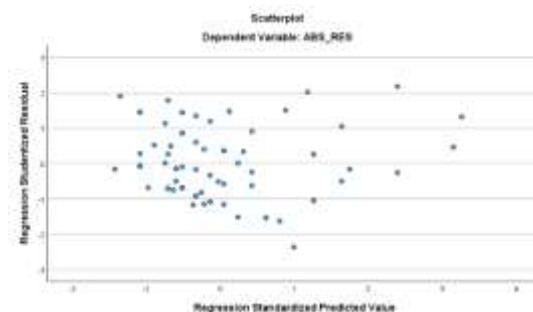
Olah data, 2025

Berdasarkan hasil tabel 4 diperoleh nilai tolerance variabel X1 dan X2 adalah 0.551, yang lebih besar dari 0.10. Kemudian nilai VIF (Variance Inflation Factor) untuk kedua variabel adalah 1.815, yang jauh lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian ini.

e. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah ada ketidaksetaraan varians dari residual dalam model. Uji ini dilakukan dengan melihat pola sebaran titik pada grafik scatterplot.

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik data

menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

f. Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
1 (Constant)	6.536		4.218	<.001
X1	.564	.643	7.365	<.001
X2	.189	.261	2.984	.004

a. Dependent Variable: Y
 Olah data, 2025

Berdasarkan tabel Coefficients, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6.536 + 0.564X_1 + 0.189X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda tersebut, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 6.536, menunjukkan bahwa jika tidak ada inovasi produk (X1) dan kualitas produk (X2), maka

rata-rata minat beli ulang (Y) adalah 6.536.

2. Nilai koefisien X1 sebesar 0.564, menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit inovasi produk (X1) akan meningkatkan minat beli ulang (Y) sebesar 0.564, dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Nilai koefisien X2 sebesar 0.189, menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu unit kualitas produk (X2) akan meningkatkan minat beli ulang (Y) sebesar 0.189, dengan asumsi variabel lain konstan.

Berdasarkan hasil regresi linear berganda tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli ulang keripik opak berkah kecamatan sibiru-biru. Kedua variabel independen tersebut sama-sama berpengaruh untuk meningkatkan minat beli ulang, tetapi inovasi produk memiliki dampak yang lebih besar.

g. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing

variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Tabel 7 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	T	Sig.
1 (Constant)	6.536	1.550		4.218	<.001
X1	.564	.077	.643	7.365	<.001
X2	.189	.063	.261	2.984	.004

a. Dependent Variable: Y
Olah data, 2025

Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh nilai t hitung untuk variabel inovasi produk (X1) adalah 7.365 dan nilai sig <0,001. Sejalan dengan syarat pengambilan keputusan, diperoleh hasil $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan nilai sig $\leq 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa inovasi produk (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang (Y). Selanjutnya diperoleh nilai t hitung variabel kualitas produk (X2) adalah 2.984 dan nilai sig 0,004. Karena hasil $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ dan nilai sig $\leq 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli ulang (Y).

h. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersamaan

(simultan) terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli Ulang (Y). Adapun kriteria pengambilan keputusan pada uji F yaitu Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka h_a diterima dan h_0 ditolak.

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	320.863	2	160.431	84.039	<.001 ^b
Residual	133.630	70	1.909		
Total	454.493	72			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X2, X1
Olah data, 2025

Berdasarkan tabel ANOVA tersebut, diperoleh nilai f_{hitung} adalah 84.039 sementara f_{tabel} yaitu 3,13 dan nilai sig yaitu <0.001. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat dinyatakan bahwa nilai $f_{tabel} \geq f_{hitung}$ dan nilai sig ≤ 0.05 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima, kemudian variabel X1 (inovasi produk) dan X2 (kualitas produk) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

i. Koefisien Determinasi

Menurut Sahir (2021) Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dengan kriteria yaitu jika nilai R^2 mendekati 1 maka

semakin besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat dan jika semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 9 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.706	.698	1.38167

a. Predictors: (Constant), X2, X1
 Olah data, 2025

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai adjusted R squared sebesar 0.698 menunjukkan bahwa 69,8% variasi pada variabel Y dapat dijelaskan secara efektif oleh variabel X1 dan X2 secara bersamaan dalam model regresi ini. Sementara 30,2% ditentukan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada UMKM Keripik Opak Berkah di Kecamatan Sibiru-biru, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji T (parsial) inovasi produk, diperoleh hasil thitung $\geq$ ttabel yaitu $7.365 \geq$

1994 dengan nilai sig $0,000 \leq 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli ulang pada UMKM Keripik Opak Berkah di Kecamatan Sibiru-biru.

2. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli ulang pada UMKM Keripik Opak Berkah di Kecamatan Sibiru-biru dengan hasil thitung $\geq$ ttabel yaitu $2.984 \geq 1994$ dengan nilai sig $0,004 \leq 0,05$.
3. Inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli berulang pada UMKM Keripik Opak Berkah di Kecamatan Sibiru-biru dengan hasil uji F (simultan) 84.039 dan koefisien determinasi (R²) sebesar 69,8%.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan, maka peneliti memberikan saran untuk UMKM Keripik Opak Berkah maupun untuk penelitian selanjutnya.

A. UMKM Keripik Opak Berkah

1. Melakukan inovasi produk terutama pada kemasan, membuat kode warna latar belakang atau highlight kecil untuk menandai varian rasa (misalnya, merah untuk balado, kuning untuk original, hijau untuk serai, dan coklat untuk ebi). Strategi ini memastikan konsumen segera mengenali brand Keripik Opak Berkah (menjaga keakraban) sambil tetap memberikan penanda visual yang jelas untuk membedakan varian rasa.
 2. Meningkatkan kualitas produk dengan penggunaan kemasan kedap udara dan penambahan bahan penyerap kelembapan seperti silica gel bisa menjaga kerenyahan saat penyimpanan sehingga memberikan pengalaman yang memuaskan bagi konsumen.
- b. Peneliti Selanjutnya
1. Mengidentifikasi serta memasukkan variabel-variabel lain yang mungkin memengaruhi minat beli ulang, seperti harga, promosi, pelayanan pelanggan, atau citra merek. Penambahan variabel ini akan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mendorong minat beli ulang.
 2. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel tidak hanya pada satu kecamatan, tetapi ke wilayah yang lebih luas, seperti kabupaten atau kota, untuk menguji generalisasi temuan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Kotler, Philip dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Jurnal:

Huda, M., & Shony Azar, M. A. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Forisa Nusapersada Lamongan. *HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora*, 13(2), 160–172.

Janna, N. M., & Herianto. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan Spss. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad*. 1-12.

- Prameswari, P. G., & Akbarina, F. (2025). Pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap minat beli ulang pada UKM mie setan Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 2(3), 1772–1784.
- Prathama, R. B., & Dirgantara, T. A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Mie Jontor di Jl. Raya Sawen Tanjung Gresik. *Journal of Sustainability Business Research*, 1(2).
- Roswirman, R., & Elazhari, E. (2022). Pengaruh Implementasi Manajemen Mutu Terpadu dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Guru pada Era New Normal di SMK Swasta PAB 2 Helvetia. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(4), 316–333.