

**HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN
HARGA DENGAN MINAT BELI KONSUMEN
SHAMPO CLEAR SACHET 10 ML
DI KECAMATAN JOHAR BARU**

SKRIPSI

OLEH :

REZA MAHARDHIKA PRATAMA

211000022



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SHAMPO CLEAR SACHET 10 ML DI KECAMATAN JOHAR BARU

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Agustus 2015

Reza Mahardhika Pratama
NPK 211000022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SHAMPO CLEAR SACHET 10 ML DI KECAMATAN JOHAR BARU

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia (STEI), Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, Agustus 2015

Menyetujui
Pembimbing,

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,

Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc

Drs. Budiono, MSc

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SHAMPO CLEAR SACHET 10 ML DI KECAMATAN JOHAR BARU

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

1.; Drs. Budiono, M.Sc (Ketua)
2.; Drs. Sumitro, M.Sc (Sekretaris)
3.; Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc (Pembimbing)
4.; (Anggota Penguji)
5.; (Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala, sehingga berkat rahmat dan karunia-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan melalui bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ucapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc, atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono, MSc, selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
4. Bapak Drs. Sumitro, MSc, selaku Sekretaris Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI).
5. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen, STEI, atas ilmu yang telah diberikan selama penulis menyelesaikan studi.
6. Kedua orangtua yang selalu memberikan dukungan dan doa baik moril maupun materiil.
7. Teman-teman yang selalu memberikan dorongan dan semangat dalam menyusun proses skripsi ini.

Setelah terselesaikannya proses penelitian ini, penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi yang membacanya terutama bagi peneliti sendiri.

Jakarta, Agustus 2015

Reza Mahardhika Pratama
NPK 211000022

Reza Mahardhika Pratama NPK 211000022 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc
HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN HARGA DENGAN MINAT BELI KONSUMEN SHAMPO CLEAR SACHET 10 ML DI KECAMATAN JOHAR BARU	
ABSTRAK	
<p>Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kualitas produk, iklan dan harga dengan minat beli konsumen Shampo clear sachet 10 ml di kecamatan Johar Baru.</p> <p>Strategi penelitian yang dilakukan ini adalah strategi asosiatif yaitu strategi penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana penelitian ini bertujuan memberi penjelasan apakah terdapat hubungan antara variabel X_1 (kualitas produk) X_2 (iklan) X_3 (harga) dengan variabel Y (Minat beli konsumen). Sedangkan analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan metode statistika. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode survey sample yaitu teknik pengumpulan dan analisis data dengan mencari opini atau pendapat dari subjek yang diteliti (responden) dengan menggunakan kuisioner yang bersifat tertutup. Pendekatan yang dilakukan adalah pendekatan korelasional, yaitu untuk mengetahui ada atau tidak nya serta kuat atau lemah nya hubungan antar variabel-variabel yang diteliti.</p> <p>Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah adalah <i>Purposive Sampling</i> yaitu pengambilan sampel dipilih berdasarkan adanya pertimbangan tertentu. Pertimbangan dalam pengambilan sampel ini adalah konsumen yang memakai Shampo Clear Sachet di Kecamatan Johar Baru. Jadi, responden untuk penilaian ini sebanyak 100 responden (kepala keluarga).</p> <p>Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa secara parsial (1) Terdapat hubungan positif yang signifikan antara variable kualitas produk dengan minat beli konsumen, hal ini dibuktikan melalui perolehan $P\text{-value} < \alpha$ ($0,018 < 0,05$), (2) Terdapat terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel iklan dengan minat beli konsumen, hal ini dibuktikan melalui hasil perolehan $P\text{-value} < \alpha$ ($0,001 < 0,05$), (3) Terdapat terdapat hubungan positif yang signifikan antara variabel harga dengan minat beli konsumen, hal ini dibuktikan melalui hasil $P\text{-value} < \alpha$ ($0,000 < 0,05$). Sedangkan secara simultan terdapat hubungan antara kualitas produk, iklan dan harga dengan minat beli konsumen adalah kuat dengan nilai sebesar 0,702, dengan hubungan yang bersifat positif atau searah, dalam arti jika kualitas produk, iklan dan harga dapat diberikan dengan baik, maka minat beli konsumen akan meningkat, dan sebaliknya.</p>	
<i>Kata kunci : kualitas produk, iklan, harga, minat beli konsumen</i>	

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Masalah Penelitian	1
1.1.1. Latar belakang masalah	1
1.1.2. Perumusan masalah	3
1.1.3. Spesifikasi masalah k	3
1.2. Kerangka Teori	4
1.2.1. Identifikasi variabel-variabel penelitian	4
1.2.2. Uraian konsepsional tentang variabel.....	4
1.2.3. Hipotesis penelitian	4
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	5
1.3.1. Tujuan penelitian	5
1.3.2. Kegunaan penelitian	5

Halaman

BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2. Landasan Teori	9
2.2.1. Pengertian pemasaran	9
2.2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	9
2.2.2. Pengertian produk	11
2.2.2.1. Kualitas produk.....	12
2.2.3. Pengertian Iklan	15
2.2.3.1. Bauran Promosi.....	17
2.2.4. Harga	20
2.2.4.1. Tujuan penetapan harga.....	21
2.2.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga.....	23
2.2.5. Minat beli konsumen	24
2.3. Hubungan Antar Variabel	26
2.3.1. Hubungan kualitas produk,dengan minat beli konsumen.....	26
2.3.2. Hubungan harga ,dengan minat beli konsumen.....	26
2.3.3. Hubungan iklan ,dengan minat beli konsumen.....	26
2.3.4. Hubungan kualitas ,dengan minat beli konsumen.....	26
2.3.5. Hubungan kualitas produk iklan dan harga dengan minat beli konsumen.....	27
 BAB III PROSEDUR PENELITIAN	 28
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.2. Strategi dan Metoda Penelitian	28

3.2.1. Strategi penelitian	28
3.2.2. Metoda penelitian	28
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.3.1. Populasi penelitian	29
3.3.2. Sampel penelitian	29
3.4. Unit Analisis Penelitian	30
3.5. Metoda Pengumpulan Data	30
3.6. Instrumen Pengumpulan Data	31
3.7. Metoda Analisis Data	33
BAB IV HASIL-HASIL PENELITIAN	40
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian	40
4.2. Deskripsi Responden	41
4.3. Deskripsi Data	42
1. Uji validitas	42
2. Uji reliabilitas	42
4.4. Analisis Statistik Data	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	51
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Indikator dan Sub Indikator variabel Penelitian	31
Tabel 4.1. Data Karakteristik Responden	41
Tabel 4.2. Validitas instrumen untuk Kualitas Produk	42
Tabel 4.3. Validitas instrumen untuk iklan.....	42
Tabel 4.4. Validitas instrumen untuk harga.....	43
Tabel 4.5. Validitas instrumen untuk minat beli konsumen	44
Tabel 4.6. Reliabilitas instrumen variabel kualitas produk	44
Tabel 4.7. Reliabilitas instrumen variabel iklan	45
Tabel 4.8. Reliabilitas instrumen variabel harga.....	45
Tabel 4.9. Reliabilitas instrumen variabel minat beli konsumen.....	45
Tabel 4.0. Koefisien Korelasi Berganda.....	46
Tabel 4.11. Pengujian hipotesis X1 dengan Y	47
Tabel 4.12. Pengujian hipotesis X2 dengan Y	48
Tabel 4.13. Pengujian hipotesis X3 dengan Y	49
Tabel 4.14. Pengujian hipotesis Berganda.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1.** Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2.** Skor untuk variabel (X1)
- Lampiran 3.** Skor untuk variabel (X2)
- Lampiran 4.** Skor untuk variabel (X3)
- Lampiran 5.** Skor untuk variabel (Y)
- Lampiran 6.** Output spss
- Lampiran 7.** Surat Keterangan Riset

**HUBUNGAN KUALITAS PRODUK, IKLAN DAN
HARGA DENGAN MINAT BELI KONSUMEN
SHAMPO CLEAR SACHET 10 ML
DI KECAMATAN JOHAR BARU**

SKRIPSI

OLEH :

REZA MAHARDHIKA PRATAMA

211000022



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2015**