

ABSTRAK

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli konsumen Pada Pt.Oriflame Medan

UMA

MEDAN

Oleh:

Nama : Anita Bonita

NPM: 10.832.0100

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan adanya pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT.Oriflame Medan.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk oriflame yang berjumlah 250 orang, dengan menggunakan rumus slovin maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 72 orang.

Berdasarkan hasil uji linear berganda maka di peroleh hasil Koefisien variabel harga 0,619 bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Artinya setiap ada perubahan variable harga, maka akan mempengaruhi minat beli konsumen. Koefisien variable kualitas produk 0,913 bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Artinya setiap ada perubahan kualitas produk akan mempengaruhi minat beli konsumen. Berdasarkan uji F maka diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($143,958 > 67,112$) dengan demikian maka hipotesis diterima. Berdasarkan uji t pada variabel harga, maka di peroleh $Nilai_{hitung} > t_{table}$ ($7,281 > 2,00$), dengan hasil signifikan $0,01 < 0,05$. Maka hipotesis di terima. Berdasarkan uji t pada variabel kualitas produk, maka di peroleh $Nilai_{hitung} > t_{table}$ ($16,746 > 2,00$), dengan hasil signifikan $0,00 < 0,05$. Maka hipotesis di terima. Nilai *Adjusted R²* sebesar 0.801 atau sama dengan 80,1% berada antara $0 < R^2 < 1$, artinya variasi naik turunnya minat beli konsumen sebesar 80,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variasi faktor lain yang tidak disebutkan dalam penelitian.

Kata kunci : harga, kualitas produk dan minat beli konsumen