

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, pencipta alam Semesta yang dengan limpahan rahmat dan karunianya sehinggapenulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah“ **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT. ORINDO ALAM AYU (ORIFLAME)MEDAN**”. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Medan Area.

Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua ku Herwanto Dan Irene Nourita Br. Simamora atas jerih payah dan do'anya selama ini kepada penulis, yang menjadi motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini. Selanjutnya atas bantuan berbagai pihak baik secara moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini, maka penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof.Dr.H.A.Ya'kub Matondang, MA, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin S, SE, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Ihsan Effendi, SE, MSi, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area.

4. Bapak Hery Syahrial, SE, MSi Sebagai Ketua dan Pembimbing I, yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Ir. M. Yamin Siregar, MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dhian Rosalina, SE, MSi, Selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah
7. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar, serta Pegawai/Karyawan yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Haris Mucthar Ramadi Howard Siregar, selaku orang yang telah memberi motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman saya yakni Edi Arianto, Afri Syawaludin, Yolanda Sentiya, Herlina Lubis, Devita Sari Dan Odi Bataranta Bangun.
10. Teman-teman di Program Studi Manajemen angkatan 2010 yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini

Akhirnya, segala bantuan yang di berikan dari berbagai pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Tuhan, semoga ilmu yang diperoleh dapat disumbangkan kepada agama, nusa dan bangsa. Amin

Medan, Februari 2015

ANITA BONITA

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II : LANDASAN TEORITIS	
A. Minat Beli.....	6
1. Pengertian Minat Beli Konsumen.....	6
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	7
3. Indikator Pengukuran Minat Beli Konsumen.....	9
B. Harga	10
1. Pengertian dan Tujuan Penetapan Harga.....	10
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga	12
3. Indikator Pengukuran Harga.....	13
C. Kualitas Produk	13
1. Pengertian Produk	13
2. Pengertian Kualitas Produk	14
3. Indikator Pengukuran Kualitas Produk	15
D. Penelitian Terdahulu.....	16
E. Kerangka Konseptual	17
F. Hipotesis.....	18

BAB III: METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
B. Populasi dan Sampel.....	20
C. Definisi Operasional.....	21
D. Jenis dan Sumber Data.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data.....	23
F. Teknik Analisis Data.....	25

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	29
1. Sejarah Berdirinya PT. ORIFLAME.....	29
2. Visi dan Misi PT. ORIFLAME.....	32
3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	32
4. Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	34
5. Data Angket Responden.....	36
B. Pembahasan.....	43
1. Deskriptif Statistik.....	43
2. Uji Kualitas Data.....	44
3. Uji Normalitas.....	46
4. Uji Hipotesis.....	49
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	53

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	54
B. Saran.....	55

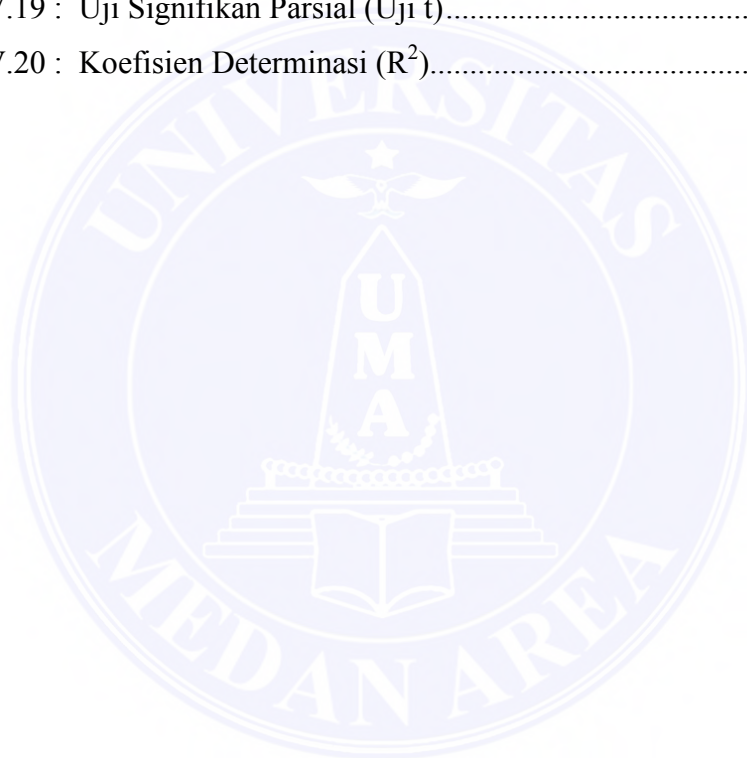
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel II.1	: Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel III.1	: Rincian Waktu Penelitian	19
Tabel III.2	: Operasional Variabel Penelitian	22
Tabel III.3	: Skala Pengukuran Likert's.....	24
Tabel IV.1	: Produk Oriflame Yang Dijual Pihak Perusahaan Sangat Terjangkau Harganya	37
Tabel IV.2	: Harga Dan Kualitas Produk Yang Diberikan Perusahaan Sangat Sesuai Dengan Manfaatnya.....	37
Tabel IV.3	: Produk Oriflame Memiliki Daya Saing Atau Harga Produk Sesuai Dengan Minat Konsumen	38
Tabel IV.4	: Produk Oriflame Dapat Disesuaikan Dengan Manfaat Produk Yang Digunakan.....	38
Tabel IV.5	: Produk-Produk Yang Dikeluarkan Pihak Oriflame Memiliki Daya Tahan Yang Cukup Lama	39
Tabel IV.6	: Produk Oriflame Memiliki Kinerja Yang Sangat Baik Bagi Kulit Saudari	39
Tabel IV.7	: Produk Oriflame Memiliki Fitur Yang Sangat Menarik Bagi Pihak Konsumen.....	40
Tabel IV.8	: Produk-Produk Oriflame Dapat Dihandalkan Bagi Kulit Saudari	40
Tabel IV.9	: Saudari Memiliki Kecenderungan Yang Berlebihan Untuk Membeli Produk Oriflame	41
Tabel IV.10	: Saudari Memiliki Kecenderungan Untuk Mereferensikan Produk Oriflame Kepada Orang Lain	41
Tabel IV.11	: Saudari Menggambarkan Produk Oriflame Yang Baik Kepada Orang Lain Yang Memiliki Preferensi Utama Pada Produk Tersebut.....	42

Tabel IV.12 : Saudari Berminat Menggambarkan Perilaku Orang Lain Yang Selalu Mencari Informasi Mengenai Produk Oriflame Yang Digunakannya.....	42
Tabel IV.13 : Descriptive Statistics	43
Tabel IV.14 : Validitas Butir Pernyataan	45
Tabel IV.15 : Reliabilitas Variabel	46
Tabel IV.16 : Uji Normalitas Data.....	49
Tabel IV.17 : Regresi Linier Berganda	50
Tabel IV.18 : Uji Singnifikan Simultan (Uji F)	51
Tabel IV.19 : Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	51
Tabel IV.20 : Koefisien Determinasi (R^2).....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 : Kerangka Konseptual	18
Gambar IV. 1 : Struktur Organisasi PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame)	34
Gambar IV.2. : Hasil Uji Normalitas	48
Gambar IV.3 : Probability Plot	48

