

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME PADA
MAHASISWA STIE MIKROSKIL
MEDAN (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA PROGRAM
STUDI MANAJEMEN)**

SKRIPSI

Oleh:

**DEEPA NANDINI
NIM: 137111354**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MIKROSKIL

MEDAN

2017



**ANALYSIS THE INFLUENCE OF PRICE, QUALITY AND
PRODUCT DIVERSITY ON PURCHASING DECISION
ORIFLAME PRODUCT ON STUDENTS OF STIE
MIKROSKIL MEDAN (CASE STUDY ON
STUDENTS OF MANAGEMENT
STUDY PROGRAM)**

FINAL RESEARCH

By:

DEEPA NANDINI

Student Number : 137111354



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MIKROSKIL

MEDAN

2017

LEMBARAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS, DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ORIFLAME PADA
MAHASISWA STIE MIKROSKIL
MEDAN (STUDI KASUS PADA
MAHASISWA PROGRAM
STUDI MANAJEMEN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

DEEPA NANDINI

137111354

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,



(Eko Yuliawan, S.E., M.Si.)

Dosen Pembimbing II,

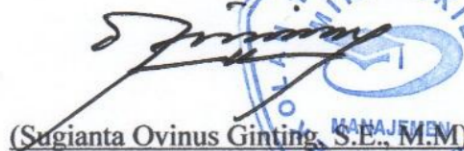


(Ir. M. Yamin Siregar, M.M.)

Medan, 04 Agustus 2017

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen,



(Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M.)



LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswi Program Studi S-1 Manajemen STIE - Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Deepa Nandini
Nim : 137111354
Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen)

Tempat Penelitian : STIE-Mikroskil Medan
Alamat Tempat Penelitian : Jl. Thamrin No.112, 124, 140 Medan
No. Telepon Tempat Penelitian : 061- 4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalih media / formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan / atau elektronik, selama



tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya dimasa depan, misalnya dalam bentuk artikel dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, Juli 2017

Saya yang membuat pernyataan,
Materai 6000

(Deepa Nandini)



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk Oriflame pada mahasiswa STIE - Mikroskil Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen). Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 89 responden mahasiswa program studi Manajemen STIE - Mikroskil Medan yang pernah menggunakan produk Oriflame. Pengumpulan sampel dengan menggunakan teknik *random sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Pengujian secara parsial yaitu uji t menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame. Sedangkan variabel keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame. Selanjutnya, hasil uji secara simultan atau uji F yang dilakukan menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut (harga, kualitas dan keragaman produk) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Oriflame. *Adjusted r square* menunjukkan bahwa harga, kualitas dan keragaman produk dapat menjelaskan variasi terhadap variabel keputusan pembelian adalah sebesar 70,1% dan sisanya sebesar 29,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas, Keragaman Produk, Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS MIKROSKIL

ABSTRACT

This research aims to know the influence of price, quality and diversity of products on the decision to purchase Oriflame products on students of STIE Mikroskil Medan (Case Study On Student of Management Study Program). This research was conducted by questionnaire method to 89 respondents of STIE Management Study Program students - Mikroskil Medan who used Oriflame product. Sample collection using random sampling technique. Data analysis method which is used in this research is multiple linear regression analysis. Partial test, t test shows that price and quality variables have significant influence on purchasing decision Oriflame product. While the variable of product diversity does not have significant influence on purchasing decision Oriflame product. Furthermore, simultaneous test results (F-test) shows that the three independent variables (price, quality and product diversity) have a significant influence on the decision of purchasing Oriflame product. Adjusted r square shows that price, quality and product diversity can explain variation on purchasing decision variable is 70,1% and the rest of 29,9% is explained by other variables which is not observed in this research.

Keywords : Price, Quality, Product Diversity, Purchasing Decision.



UNIVERSITAS MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur terlebih dahulu penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Pada Mahasiswa STIE Mikroskil Medan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen)”. Tujuan penulis dalam melaksanakan penelitian ini adalah guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu Program Studi Manajemen Bidang Konsentrasi Manajemen Bisnis di STIE - Mikroskil Medan.

Penulis sangat menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, arahan, petunjuk, saran, motivasi serta fasilitas dari berbagai pihak. Oleh Karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang terdalam kepada:

1. Bapak Eko Yuliawan, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan waktu dan bimbingan yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Ir. M.Yamin Siregar, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu dan bimbingan yang berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Hanny Siagian, S.E, M.Si, selaku Dosen Wali Manajemen Bisnis angkatan 2013 kelas sore yang selalu memberikan nasehat bagi kami anak didiknya.
4. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku ketua STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Djoni, S.Kom., M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan.
6. Bapak Paulus, S.Kom, M.T, selaku Wakil Ketua II STIE-Mikroskil Medan.
7. Bapak Saliman, S.T, selaku Wakil Ketua III STIE-Mikroskil Medan
8. Bapak Sugianta Ovinus Ginting, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
9. Ibu Maggee Senata, S.E. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
10. Seluruh Dosen STIE-Mikroskil Medan yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
11. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerja samanya.
12. Orang tua penulis, Ayahanda Jiwa Kumar dan Ibunda Kawida Wally yang selalu memberikan doa, dukungan dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga

serta semua saudara/i penulis yang selalu memberikan penulis dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.

13. Teman-teman terdekat (Weny, Rumondang Tamba, Marina, Nonie Ghozally, Govinda Simbolon, dan Wilson) serta seluruh rekan-rekan jurusan Manajemen Bisnis stambuk 2013 STIE - Mikroskil Medan yang telah memberikan semangat dan waktunya untuk ikut membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
14. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan baik isi maupun penyajiannya. Sehingga, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan penelitian dimasa datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, Juli 2017
Penulis

(Deepa Nandini)

UNIVERSITAS MIKROSKIL



DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Ruang Lingkup Penelitian	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Originalitas Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.2. Harga.....	8
2.1.2.1 Pengertian Harga	8
2.1.2.2 Tujuan Penetapan Harga	9
2.1.2.3 Faktor Pertimbangan Penetapan Harga	10
2.1.2.4 Strategi Penetapan Harga	12
2.1.2.5 Strategi Penetapan Harga Berdasar Persepsi Pelanggan Mengenai Nilai.....	14
2.1.2.6 Strategi Penetapan Harga	15
2.1.3. Pengertian Produk.....	15
2.1.4. Kualitas	16
2.1.4.1 Pengertian Kualitas	16

2.1.4.2 Dimensi Kualitas Produk	16
2.1.4.3 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	17
2.1.5. Keragaman Produk	18
2.1.5.1 Pengertian Keragaman Produk.....	18
2.1.5.2 Lebar dan Keragaman Produk.....	19
2.1.5.3 Ketersediaan Produk	19
2.1.6. Perilaku Konsumen.....	20
2.1.6.1 Definisi Perilaku Konsumen	20
2.1.6.2 Mengapa Perilaku Konsumen Perlu Dipelajari dan Dianalisis.....	21
2.1.7. Keputusan Pembelian Konsumen	22
2.1.7.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	22
2.1.7.2 Model Perilaku Membeli.....	22
2.1.7.3 Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	23
2.1.7.4 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	25
2.1.7.5 Teknik – Teknik Pendekatan Keputusan Konsumen	28
2.2. Review Penelitian Terdahulu.....	29
2.3. Kerangka Konseptual	31
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Jenis Penelitian	35
3.2. Objek Penelitian.....	35
3.3. Populasi dan Sampel.....	35
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5. Definisi Operasional variabel	37
3.6. Metode Analisis Data.....	38
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif	38

3.6.2. Uji Kualitas Data	38
3.6.2.1 Uji Validitas	38
3.6.2.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	39
3.6.3.1. Uji Normalitas.....	39
3.6.3.2. Uji Multikolonieritas.....	40
3.6.3.3. Uji Heterokedastisitas	40
3.6.4. Metode Regresi Linear Berganda.....	41
3.6.5. Uji Hipotesis.....	41
3.6.5.1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	41
3.6.5.2. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	42
3.6.5.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Hasil Penelitian	44
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.1.1. Sejarah Perusahaan	44
4.1.1.2. Visi, Misi, dan Nilai Fundamental Oriflame.....	45
4.1.1.3. Keunggulan Oriflame.....	46
4.1.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan dan Uraian Tugas.....	48
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	49
4.1.3. Gambaran Umum Responden (Demografi)	50
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif.....	52
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data	54
4.1.5.1. Uji Validitas	54
4.1.5.2. Uji Reliabilitas	54
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik	56
4.1.6.1. Uji Normalitas.....	56
4.1.6.2. Uji Multikolonieritas.....	58
4.1.6.3. Uji Heterokedastisitas	59

4.1.7.	Hasil Uji Hipotesis	61
4.1.7.1.	Metode Regresi Linear Berganda.....	61
4.1.7.2.	Uji Secara Simultan (Uji F)	62
4.1.7.3.	Uji Secara Parsial (Uji t)	63
4.1.7.4.	Koefisien Determinasi (R^2).....	64
4.2.	Pembahasan	65
4.2.1.	Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.2.	Analisis Pengaruh Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
4.2.3.	Analisis Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian	67
4.2.4.	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	68
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1.	Kesimpulan	70
5.2.	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN.....		79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		100

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Definisi Perilaku Konsumen	20
Gambar 2.2	Model Perilaku Membeli.....	23
Gambar 2.3	Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	25
Gambar 2.4	Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame).....	48
Gambar 4.2	Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	57
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot	57
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60



UNIVERSITAS MIKROSKIL



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan Harga Produk Oriflame dan Amway.....	4
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1	Skala Likert.....	36
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1	Rincian Pengiriman & Pengembalian Kuesioner.....	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	51
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga.....	52
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas.....	53
Tabel 4.7	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keragaman Produk.....	53
Tabel 4.8	Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Glejser.....	60
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....	62
Tabel 4.16	Hasil Uji Secara Parsial (Uji t).....	63
Tabel 4.17	Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	64

UNIVERSITAS MIKROSKIL



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 2	Distribusi Jawaban Responden.....	82
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif	90
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	92
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	94
Lampiran 6	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	97
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotesis	98
Lampiran 8	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	99
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup.....	100



UNIVERSITAS MIKROSKIL