

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT
HAFINDO SUKSES BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Iwan Surianto
140910133**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT
HAFINDO SUKSES BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Iwan Surianto
140910133**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIOR
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Iwan Surianto
NPM/NIP : 140910133
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT HAFINDO SUKSES BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 05 Februari 2018


Iwan Surianto
140910133

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PT
HAFINDO SUKSES BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :
Iwan Surianto
140910133**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 05 Februari 2018



**Heryenzus, S.Kom., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Di era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, baik di bidang jasa, dagang ataupun manufaktur. Hal ini juga berdampak semakin kompleks kebutuhan dan berbagai aktifitas manusia. Salah satu bisnis yang memiliki persaingan yang sangat ketat yaitu bisnis properti. Hal itu dikarenakan pertumbuhan properti di kota Batam tergolong cukup pesat. Salah satu jenis bisnis properti yaitu Bisnis bahan bangunan. Meskipun disebut sebagai bisnis yang tidak mudah dan membutuhkan modal yang sangat besar. Namun bisnis bahan bangunan dapat dikategorikan sebagai salah satu bisnis yang memiliki prospek cerah. Selain itu juga menyediakan salah satu kebutuhan pokok manusia dalam bidang papan, karena semakin banyaknya kebutuhan akan bahan bangunan untuk mendirikan hunian seperti rumah, dll. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keragaman produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada PT Hafindo Sukses Batam. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada PT Hafindo Sukses Batam Tahun 2016 yang berjumlah 237 konsumen. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling* dan ditentukan dengan menggunakan Rumus Slovin sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 149 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 21. Teknik pengumpulan data yaitu dengan membagikan kuesioner kepada konsumen di PT Hafindo Sukses Batam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel keragaman produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT Hafindo Sukses Batam. Dan secara simultan atau bersama-sama keragaman produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT Hafindo Sukses Batam.

Kata Kunci : *Keragaman Produk, Harga, Minat Beli Konsumen*

ABSTRACT

In the era of globalization, competition in the business world are getting tough, in services, trade and manufacturing. It also impacts to the more complex needs and various human activities. Property business is one of the business that has a very tight competition. The quite rapid growth of property business in Batam is the cause of that. One of the property business is building materials business. Although the business is not easy and requires a very large capital. But the building materials business can be categorized as one of the bright prospect businesses. In addition of that, it also provides one of the basic human needs in the field of board, because of the high demand on building materials to build a building for example like a house, etc.. The purpose of this research is to determine and analyze the effect of product diversity and price toward consumer intention to buy in PT Hafindo Sukses Batam. This research is quantitative research that used primary data. Population in this research were all consumer in PT Hafindo Sukses Batam since 2016 which were 237 consumers. Sample in this research were collected using simple random sampling method and were determine used Slovin formula so that the sample used in this research were 149 respondent. Analysis used in this research was multiple linear regression analysis using SPSS 21 version. Data were collected through distributed questionnaire to consumers in PT Hafindo Sukses Batam. Research shows that partially product diversity and price significantly impact toward consumer intention to buy in PT Hafindo Sukses Batam. And simultantly or at the same time product diversity and price significantly impact toward consumer intention to buy in PT Hafindo Sukses Batam.

Keywords : *Product Diversity, Price, Consumer Intention To Buy*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, peneliti menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.;
2. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.;
3. Bapak Heryenzus, S.Kom., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Orang Tua dan saudara-saudara saya yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada saya;
6. Pimpinan PT Hafindo Sukses Batam yang telah mengizinkan peneliti untuk melaksanakan penelitian skripsi di tempat tersebut;
7. Teman-teman yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini;
8. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat serta karunia-Nya, Amin.

Batam, 01 Februari 2018
Peneliti

Iwan Surianto

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	vii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	6
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Rumusan Masalah.....	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2. Manfaat Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar.....	10
2.1.1. Pemasaran	10
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.2. Konsep Pemasaran	11
2.1.1.3. Pemasaran Mempengaruhi Pasar	11
2.1.2. Keragaman Produk.....	11
2.1.2.1. Pengertian Keragaman Produk	11
2.1.2.2. Klasifikasi Produk.....	12
2.1.2.3. Atribut Produk	14
2.1.2.4. Strategi Produk.....	14
2.1.2.5. Indikator Keragaman Produk.....	15
2.1.3. Harga.....	16
2.1.3.1. Pengertian Harga.....	16
2.1.3.2. Tujuan Penetapan Harga	16
2.1.3.3. Peranan Harga	19
2.1.3.4. Metode Penetapan Harga	20
2.1.3.5. Faktor – faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga	21
2.1.3.6. Indikator Harga	22
2.1.4. Minat Beli Konsumen.....	22
2.1.4.1. Pengertian Minat Beli Konsumen.....	22

2.1.4.2.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	23
2.1.4.3.	Indikator Minat Beli Konsumen	23
2.2.	Penelitian Pendahulu.....	25
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	26
2.4.	Hipotesis	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian	28
3.2.	Defenisi Operasional Variabel.....	28
3.2.1.	Variabel Dependenden.....	29
3.2.2.	Variabel Independen	29
3.3.	Populasi dan Sampel.....	31
3.3.1.	Populasi.....	31
3.3.2.	Sampel.....	31
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1.	Alat Pengumpulan Data	33
3.5.	Metode Analisis Data.....	34
3.5.1.	Uji Kualitas Data.....	35
3.5.1.1.	Uji Validitas	35
3.5.1.2.	Uji Reliabilitas	36
3.5.2.	Statistik Deskriptif	38
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	38
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	38
3.5.3.2.	Uji Multikolinieritas.....	39
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastitas.....	39
3.5.4.	Uji Pengaruh	40
3.5.4.1.	Uji Regresi Linear Berganda	40
3.5.5.	Uji Hipotesis	40
3.5.5.1.	Uji Secara Parsial (Uji t).....	41
3.5.5.2.	Uji Secara Simultan (Uji F)	42
3.5.5.3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	43
3.6.	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	43
3.6.1.	Lokasi Penelitian.....	43
3.6.2.	Jadwal Penelitian	44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1.	Profil Responden.....	45
4.1.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.1.2.	Profil Responden Berdasarkan Umur	46
4.1.3.	Profil Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian Produk.....	48
4.2.	Hasil Penelitian	49
4.2.1.	Hasil Analisis Deskriptif.....	49
4.2.1.1.	Deskriptif Variabel Keragaman Produk (X1)	49
4.2.1.2.	Deskriptif Variabel Harga (X2)	52
4.2.1.3.	Deskriptif Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	56
4.2.2.	Hasil Uji Kualitas Data	60

4.2.2.1. Hasil Uji Validitas Data	60
4.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Data	63
4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	64
4.2.3.1. Hasil Uji Normalitas	64
4.2.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas	66
4.2.3.3. Hasil Uji Heteroskedastitas	67
4.2.4. Hasil Uji Pengaruh	68
4.2.4.1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68
4.2.5. Hasil Uji Hipotesis	69
4.2.5.1. Hasil Uji Secara Parsial (Uji t).....	69
4.2.5.2. Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....	71
4.2.5.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.3. Pembahasan.....	73
4.3.1. Pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Hafindo Sukses Batam	73
4.3.2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Hafindo Sukses Batam 74	
4.3.3. Pengaruh Keragaman Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada PT Hafindo Sukses Batam.....	75

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	76
5.2. Saran	76

DAFTAR PUSTAKAxv

Daftar Riwayat Hidup
Surat Keterangan Penelitian
Lampiran

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	47
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian Produk.....	49
Gambar 4.4 <i>Histogram Regression Residual</i>	65

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Daftar Produk dan Ukuran PT Hafindo Sukses Batam.....	2
Tabel 1.2 Daftar Produk dan Ukuran PT Hafindo Sukses Batam Lanjutan.....	3
Tabel 1.3 Perbandingan Harga PT Hafindo Sukses Batam, PT Maju Maju dan PT Batam Bangun Prathama.....	4
Tabel 1.4 Data Penjualan PT Hafindo Sukses Batam pada Tahun 2016	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Lanjutan	26
Tabel 3.1 Defenisi Operasional.....	30
Tabel 3.2 Skala Likert	34
Tabel 3.3 Tingkat Validitas.....	36
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas	38
Tabel 3.5 Waktu Penelitian	44
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian Produk	48
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner X1_1	50
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner X1_2	50
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner X1_3.....	51
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner X1_4.....	51
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner X1_5.....	52
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner X2_1.....	52
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner X2_2.....	53
Tabel 4.11 Hasil Kuesioner X2_3.....	53
Tabel 4.12 Hasil Kuesioner X2_4.....	54
Tabel 4.13 Hasil Kuesioner X2_5.....	54
Tabel 4.14 Hasil Kuesioner X2_6.....	55
Tabel 4.15 Hasil Kuesioner X2_7	55
Tabel 4.16 Hasil Kuesioner Y_1.....	56
Tabel 4.17 Hasil Kuesioner Y_2.....	57
Tabel 4.18 Hasil Kuesioner Y_3.....	57
Tabel 4.19 Hasil Kuesioner Y_4.....	58
Tabel 4.20 Hasil Kuesioner Y_5.....	58
Tabel 4.21 Hasil Kuesioner Y_6.....	59
Tabel 4.22 Hasil Kuesioner Y_7	59
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Keragaman Produk.....	61
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Harga.....	62
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Minat Beli Konsumen	63
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.27 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.28 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.29 Hasil Uji Heteroskedastistas	67
Tabel 4.30 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	68

Tabel 4.31 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t).....	70
Tabel 4.32 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	71
Tabel 4.33 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin.....	31
Rumus 3.2 Koefisien Korelasi Pearson Product Moment.....	35
Rumus 3.3 Koefisien Reliabilitas Alfa Cronbach.....	37
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	40
Rumus 3.5 Uji t.....	41
Rumus 3.6 Uji F.....	42