PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK BIORE FACIAL FOAM

(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2012 Universitas Nusantara PGRI Kediri)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan

Pada Program Studi PGSD

OLEH :

ANA WULAN PURWASIH

NPM : 12.1.02.02.0458

PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2016

Skripsi oleh:

ANA WULAN PURWASIH
NPM: 12.1.02.02.0458

Judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK BIORE FACIAL FOAM
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2012 Universitas Nusantara PGRI Kediri)

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal: 13 - 8 - 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M	**Restin Meilina, M.M**
NIDN. 9907001770	**NIDN. 0721058605**

Skripsi oleh:

ANA WULAN PURWASIH
NPM: 12.1.02.02.0458

Judul :
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK BIORE FACIAL FOAM
(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2012 Universitas Nusantara PGRI Kediri)

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri
Pada Tanggal: 13 - 8 - 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Poniran Yudho Leksono, M.M.
2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M
3. Penguji II : Restin Meilina, M.M.

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo, M.M
NIDN.0717066601

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN IKLAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK BIORE FACIAL FOAM

(Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Angkatan 2012 Universitas Nusantara PGRI Kediri)

ANA WULAN PURWASIH
NPM : 12.1.02.02.0458

Program Manajemen-FE UN PGRI Kediri
anawulanpurwasih@gmail.com
Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M[1] dan Restin Meilina, M.M[2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi hasil observasi peneliti di SDN Jogomerto II, bahwa kemampuan siswa dalam memahami materi IPA rendah. Guru hanya menggunakan metode ceramah tanpa menggunakan model atau metode yang tepat, sehingga siswa cenderung pasif dan sulit menerima pelajaran.

Permasalahan penelitian ini adalah : (1) Bagaimana hasil belajar siswa kelas IV di SDN Jogomerto II dalam mendeskripsikan energi panas dan bunyi yang terdapat di lingkungan sekitar dengan penerapan metode diskusi? (2) Bagaimana hasil belajar siswa kelas IV di SDN Jogomerto II dalam mendeskripsikan energi panas dan bunyi yang terdapat di lingkungan sekitar dengan penerapan metode proyek? (3) Apakan terdapat pengaruh penerapan metode diskusi dan proyek dalam meningkatkan hasil belajar siswa kelas IV SDN Jogomerto II dalam mendeskripsikan energi panas dan bunyi yang terdapat di lingkungan sekitar?

Peneliti ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan subyek siswa kelas IV SDN Jogomerto II. Kelas kontrol berjumlah 20 siswa dan kelas eksperimen berjumlah 22 siswa. untuk mengumpulkan data peneliti menggunakan tes berupa soal pilihan ganda berjumlah 20 soal.

Kesimpulan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah (1) siswa kelas IV A yang melalukan kegiatan pembelajaran menggunakan metode *proyek* memiliki kemampuan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kelas IV B yang melakukan kegiatan pembelajaran dengan menggunakan metode *diskusi*. (2) metode *proyek* memiliki pengaruh terhadap kemampuan siswa dalam mendeskripsikan energi panas dan bunyi siswa kelas IV. (3) hasil belajar siswa menggunakan metode *proyek* pada mata pelajaran IPA khususnya pada materi energi panas dan bunyi lebih baik dibandingkan dengan menggunakan metode *diskusi* yang cenderung dengan ceramah dan berdiskusi.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian ini, direkomendasikan tujuan pokok penggunaan metode proyek adalah untuk mengembangkan kemampuan kerjasama dan keaktifan. Dimana siswa lebih aktif, terampil, dan dapat memahami materi dengan cepat karena dalam proses pembelajarandilakukan dengan percobaan langsung. Untuk itu guru sebagai pelaksana pembelajaran harus mengutamakan proses agar tercapainya tujuan pembelajaran. Guru masih perlu meneliti terus menerus untuk membuktikan apakah metode proyek sesuai dengan seluruh karakteristik materi dan karakteristik siswa.

Kata kunci: metode proyek, metode diskusi, kemampuan mendeskripsikan, energi panas dan bunyi.

I. LATAR BELAKANG

Semakin banyaknya jenis produk yang masuk ke pasaran maka semakin banyak pula masalah yang akan timbul antar perusahaan, misalnya timbulnya persaingan yang ketat antar perusahaan dalam memasarkan produknya. Seiring dengan tingkat pendapatan yang meningkat maka kebutuhan terhadap produk juga meningkat. Hal ini mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli produk yaitu disesuaikan dengan kebutuhan yang dirasakan laku dengan apa yang dirasa penting bagi konsumen.

Untuk mencapai tujuan perusahaan yang optimal, maka kegiatan pemasaran dijadikan sebagai tolak ukur oleh setiap perusahaan. Produk yang dijual harus benar-benar memiliki kualitas yang lebih menonjol dibandingkan dengan produk pesaing. Selain memiliki kualitas yang berbeda, harga merupakan salah satu faktor pendukung dalam penentuan pembelian produk. Karena konsumen biasanya lebih tertarik pada barang atau produk dengan harga yang terjangkau serta memiliki kualitas yang bagus pula. Sehingga perusahaan harus bisa mempertimbangkan antara kualitas dan harga yang ditetapkan agar bisa sesuai dengan laba yang diharapkan perusahaan.

Salah satunya adalah produk Biore Facial Foam yang sudah banyak menciptakan berbagai varian jenis facial foam. Produk keluaran dari PT KAO ini yang mempunyai brand image yang sudah lama dikenal oleh masyarakat serta memiliki kualitas yang tidak diragukan lagi. Macam-macam varians dari Biore Facial Foam antara lain *Biore FF Acne Care, Glowing Bright, Pore & Oil Clear, Double Scrub Bright,* dan untuk laki-laki ada *Men's Biore Double Scrub Cool, Men's Biore FF White Energy, Men's Biore FF Anti Bacterior.* Produk tersebut memiliki manfaatnya masing-masing antara lain adalah untuk membantu mencegah timbulnya jerawat dengan anti bacteri, mengangkat minyak yang berlebihan, butiran scrubnya terasa lembut, mengangkat penumpukan sel kulit kusam, dilengkapi vit.c dan ekstra green tea, menjadikan kulit sehat dan bercahaya, membersihkan sampai kepori-pori kulit, mengangkat kotoran, dan menjaga kulit cerah tak berminyak.

Adapun produk-produk kompetitor yang sejenis lainnya antara lain ada produk Pond's, Garnier, dan Nivea produk ini juga sangat laku di pasaran dan mampu bersaing dalam pasar market

Kualitas produk dari Biore juga tidak kalah dengan produk pesaing, kualitas

produk menurut Laksana (2008:89) adalah "sejumlah keistimewaan produk, yang memenuhi keinginan pelanggan, dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk". Biore Facial Foam adalah sebuah inovasi yang sangat berpotensi untuk terus berkembang dimasa yang akan datang. Selain kualitas yang dipertahankan faktor harga juga perlu menjadi pertimbangan oleh pihak perusahaan, karena jika perusahaan menetapkan harga yang tidak seimbang dengan kualitas yang dimiliki maka konsumen juga tidak akan tertarik akan produk tersebut. Menurut Swasta (2010:147) "harga" adalah "jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya". Harga juga merupakan alat yang dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen.

Agar penjualan produk Biore ini dapat dikenal banyak kalangan masyarakat maka perlu adanya promosi yang harus dilakukan oleh perusahaan. Iklan adalah salah satu media promosi dengan menggunakan jasa *endorse*, dengan begitu akan lebih banyak menarik minat beli konsumen terhadap produk tersebut. Menurut Kasali dalam Novandri (2010:19) "iklan" adalah "segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, yang ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat".

Pada dasarnya minat beli konsumen itu dipengaruhi dari berbagai faktor salah satunya adanya dorongan dari kebutuhan yang ada pada diri seseorang merupakan awal timbulnya minat membeli suatu produk. Menurut Kanuk dalam Martono (2014;690), minat beli didefinisikan sebagai "minat beli" adalah "suatu model sikap seseorang terhadap objek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa, atau merek tertentu".

Konsumen akan selalu dihadapkan dengan sebuah keputusan pembelian untuk melakukan transaksi pembelian. Dimana konsumen akan membandingkan atau mempertimbangkan satu barang dengan barang yang lainnya untuk mereka beli. Dengan mempertimbangkan kualitas produk itu sendiri, harga yang ditetapkan serta bagaimana mempromosikan produk itu melalui sebuah iklan yang dibuat semenarik mungkin. Ketiganya sangat berpengaruh untuk konsumen melakukan pembelian terhadap suatu produk. Para mahasiswa tentunya sangat banyak yang menggunakan produk sebagai perwatan kulit wajah, salah satunya produk Biore ini. Meskipun sudah banyak dibuka klinik kecantikan tapi produk Biore ini juga tidak

kalah berkualitasnya dengan produk-produk yang ada di klinik keacantikan. Karena produk Biore ini sering digunakan oleh anak muda, maka segmen pasar Biore Facial Foam lebih pada kalangan anak muda. Iklan atau promosi juga selalu menggunakan model anak muda. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa/mahasiswi UN PGRI Kediri yang karakteristiknya pada golongan anak muda. Berdasarkan uraian diatas secara singkat penulis tertarik untuk meneliti

"Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Minat Beli Produk Biore Facial Foam (Studi Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri)".

II. METODE PENELITIAN

Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Dalam penelitian ini untuk memperoleh data dan fakta yang diperlukan berkaitan dengan tujuan dan judul yang diambil, menggunakan metode deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hipotesis yang dirumuskan terbukti atau tidak. Pendekatan penelitian dilaksanakan untuk menemukan solusi atas masalah yang sedang terjadi. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang akan menjadi subyek penelitian adalah semua mahasiswa prodi manajemen angkatan 2012 tahun ajaran 2015/2016 yang memakai produk Biore Facial Foam yaitu sebanyak 389 mahasiswa. Jumlah sampel yang digunakan adalah 40 orang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda uji-t dan uji F.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh antara kualitas produk, harga, dan iklan terhadap minat beli adalah sebagai berikut :

1. **Pengaruh kualitas produk tehadap minat beli produk biore facial foam.**

   Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis uji t di peroleh nilai signifikan sebesar 0.806 lebih besar dari 0,05. Sehingga membuktikan bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap Minat Beli. Artinya produk biore belum tentu memiliki kualitas produk yang baik.

   Hasil dari penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Sulistyari (2012) dengan judul pengaruh citra merek,

kualitas produk, harga terhadap minat beli produk oriflame.

2. **Pengaruh harga terhadap minat beli produk biore facial foam.**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis uji t di peroleh nilai signifikan sebesar 0,005 lebih kecil dari 0,05. Sehingga membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. artinya harga yang terjangkau mampu mingkatkan minat beli konsumen pada suatu produk.

Hasil penelitian ini memperkuat dan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Isnaini (2015) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli *Smartphone* Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

3. **Pengaruh iklan terhadap minat beli produk biore facial foam.**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis uji t diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil 0,05. Sehingga membuktikan bahwa Iklan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli artinya iklan yang ditampilkan cukup menarik sehingga menimbulkan minat beli konsumen.

Hasil penelitian ini menguatkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bachriansyah (2011) dengan judul Pengaruh kualitas produk, daya tarik iklan, dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen pada produk ponsel nokia.

4. **Pengaruh kualitas produk, harga dan iklan terhadap minat beli produk biore facial foam.**

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis uji F, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,5 menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Harga Dan Iklan berpenagruh signifikan secara simultan terhadap Minat Beli produk Biore Facial Foam Pada Mahasiswa/Mahasiswi UN PGRI Kediri.

Hasil penelitian ini menguatkan dan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Annafik (2012) dengan judul Pengaruh kualitas produk, harga, dan daya tarik iklan terhadap minat beli sepeda motor Yamaha.

Kesimpulan

1. Kualitas produk berpengaruh tapi tidak signifikan terhadap minat beli produk Biore Facial Foam. Berarti

kualitas produk Biore perlu ditingkatkan lagi agar dapat memuaskan konsumen.

2. Harga secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat beli produk Biore Facial Foam. Berarti harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaat yang didapat konsumen dan sesuai dengan daya beli konsumen maka akan meningkatkan minat beli yang tinggi.
3. Iklan secara signifikan berpengaruh positif terhadap minat beli produk Biore Facial Foam. Berarti Iklan yang ditampilkan mampu menarik minat beli konsumen.
4. Kualitas produk, harga, dan iklan berpengaruh signifikan positif secara simultan terhadap minat beli produk Biore Facial Foam. Berarti ketiga variabel tersebut mampu mempengaruhi minat beli konsumen untuk terus melakukan pembelian ulang.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Andanawari, Anindya Rachma, 2014. *Pengaruh Harga,Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.* Semarang. Universitas Diponegoro

Annafik, Aldaan Faikar, 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha.* Universitas Diponegoro.

Astuti, Srirahayu Tri, 2011. *Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen.* Universitas Diponegoro

Bachriansyah, Rizky Amalia, 2011. *Analsisis Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ponsel Nokia.*

Fandy, Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran Edisi iii.* Yogyakarta. Andi Offset.

Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss (Cetakan Iv).* Semarang. Universitas Diponegoro.

Jahja, Yudrik, 2011. *Psikologi Perkembangan.* Jakarta. Kencana Prenada Media Group. 63-64.

Isnaini, Fitria, 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Akauntansi Universitas Muhammmadiyah Surakarta Angkatan 2013.*

Kotler, Philip & Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1.* Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Gary, Asmtrong, 2009. *Marketing Manajemen. Edisi 14.* Global Edition.

Laksana, Fajar, 2008. *Manajemen Pemasaran,Pendekatan Prakti.* Graha Ilmu, Yogyakarta.

Martono, Moh, 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan.* Volume 2.

Novandri, Made, 2010. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga,Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha.* Undip

Norfiyanti, Kiki, 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk).*

Pranata, Aditya Yefta, 2015. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gadget Android Samsung.*

Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)* (Cetakan Ke-22). Bandung. Alfabeta.

Songaji, M & Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian.* Yogyakarta. Andi Offest.

Sulistyari, Ikanita Novirina, 2012. *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Prdouk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflamme.* Undip

Swasta, Basu, 2010. *Manajemen Penjualan.*Yogyakarta. Penerbit Bpfe : 147

Yeni, Fitri, 2012. *Pengaruh Keunggulan Bersaing Diferensiasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Kfc Di Kota Padang.* Universitas Negeri Padang.