

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN PADA  
AKASIA PRATAMA MEBEL DI TRUCUK KLATEN**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Peminatan :**

**Manajemen Pemasaran**



**Diajukan Oleh :**

**WULAN YULIYANTI**

**NIM : 2021100074**

**FAKULTAS EKONOMI DAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN  
JUNI 2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
AKASIA PRATAMA MEBEL DI TRUCUK KLATEN**

Diajukan Oleh :

**WULAN YULIYANTI**

**NIM : 2021100074**

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan di hadapan Dewan penguji  
skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi  
Universitas Widya Dharma Klaten

Pada tanggal ..... 2 Juli 2024 .....

Pembimbing I



Dr. H. Arif Julianto SN, S.E., M.Si  
NIK. 690 301 250

Pembimbing II



Sarwono Nursito, S.E., M.Sc.  
NIP. 690 301 25019761215 200501 1 001

Mengetahui,

Ketua Prodi. Manajemen



Dr. Hj. Anis Marjukah, S.E., M.M.,  
NIK. 690 994 143

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA  
AKASIA PRATAMA MEBEL DI TRUCUK KLATEN**

Diajukan oleh :

**WULAN YULIYANTI**

**NIM : 2021100074**

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma  
dan diterima untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen  
Pada tanggal.....2 Juli.....2024.

Ketua



Dr. Hj. Anis Marjukah, S.E., M.M.,  
NIK. 690 994 143

Sekretaris



Jarot Prasetyo, S.E., M.Si  
NIK, 690 301 251

Penguji Utama



Dr. H. Arif Julianto SN., S.E., M.Si  
NIK. 690 301 250

Penguji Pendamping



Sarwono Nursito, S.E., M.Sc.  
NIP. 19761215 200501 1 001

Disahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan Psikologi



Dr. H. Arif Julianto SN., SE., M.Si  
NIK. 690 301 250

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : WULAN yULIYANTI  
NIM : 2021100074  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Psikologi  
Judul skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan  
Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen  
Pada Akasia Pratama Mebel Di Trucuk Klaten

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul di atas adalah benar-benar asli karya tulis saya, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam skripsi dan disebutkan dalam sumber kutipan atau daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Klaten, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Wulan Yuliyanti

## **MOTTO**

**“Orang yang Mampu Belajar dari Kesalahan adalah Orang yang Berani  
Untuk Sukses”**

**Jadilah kuat tapi tidak menyakiti.**

**Jadilah baik, tapi tidak lemah.**

**Jadilah berani, tapi tidak menakuti.**

**Jadilah rendah hati, tapi tidak rendah.**

**Tetap bangga, tapi tidak sombong..”.**

**“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu  
telah selesai dari segala urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh  
urusan yang lain, dan hanya kepada Tuhanmu hendaknya kamu berharap.**

**(Q.S Alam Nasyrh 6-8)**

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini kupersembahkan untuk :

1. Allah SWT atas segala anugerah, nikmat, karunia dan hidayah-Nya.
2. Kedua orang tuaku yang selalu memberikan supportnya
3. Untuk Bapak/Ibu Dosen terima kasih atas bimbingannya
4. Teman-teman satu kelas manajemen malam, Terima kasih banyak untuk bantuan dan kerja samanya selama ini, serta semua pihak yang sudah membantu selama penyelesaian Skripsi ini
5. Almamater terhebatku. Yang selama ini mengajarkan ku ilmu yang bermanfaat bagi kehidupanku. Semoga ilmu yang saya dapat bermanfaat untuk saya sendiri dan semoga bermanfaat untuk semua orang.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Akasia Pratama Mebel Di Trucuk Klaten”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyadari masih banyak sekali kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengharap saran dan kritik yang membangun dari para pembaca untuk penyempurnakan skripsi ini.

Dengan selesainya skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih yang banyak kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd., selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Bapak Dr. H. Arif Julianto SN., S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan sekaligus pembimbing pertama, yang telah sabar membimbing penulis, dan banyak membantu serta memberikan ilmu kepada penulis selama belajar di Universitas Widya Dharma Klaten.
3. Ibu Dr. Hj. Anis Marjukah, S.E, M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten atas segala ijin dan dukungannya
4. Bapak Sarwono Nursito, S.E., , M.Sc. selaku pembimbing kedua, yang

dengan sabar membimbing penulis, dan banyak membantu serta memberikan ilmu kepada penulis selama belajar di Universitas Widya Dharma Klaten.

5. Seluruh Dewan Penguji Skripsi yang telah memberikan masukan dan koreksi skripsi ini
6. Rekan-rekan mahasiswa Manajemen angkatan 2020 Universitas Widya Dharma Klaten yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu dosen di Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmunya.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Akhir kata penulis mengharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Klaten, Agustus 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Alasan Pemilihan Judul .....	5
C. Penegasan Judul .....	6
D. Pembatasan Masalah .....	7
E. Perumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Manfaat Penelitian .....	8
H. Sistematika Penulisan .....	9
BAB II    TINJAUAN PUSTAKA .....	11
A. Manajemen Pemasaran .....	11
B. Harga .....	13
C. Kualitas Produk .....	23
D. Kepercayaan.....	30

	E. Minat Beli .....	33
	F. Penelitian Terdahulu .....	37
	G. Rerangka Pemikiran .....	39
	H. Hipotesis .....	40
BAB III	METODE PENELITIAN .....	41
	A. Variabel Penelitian .....	41
	B. Sumber Data.....	41
	C. Metode Pengumpulan Data.....	42
	D. Populasi dan Sampel .....	43
	E. Uji Instrumen .....	43
	F. Teknik Analisis Data .....	45
	G. Gambaran Obyek Penelitian .....	50
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	56
	A. Deskripsi Data Responden.....	56
	B Uji Instrumen Penelitian.....	67
	C. Analisis Data.....	71
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN .....	85
	A. Simpulan.....	85
	B. Saran.....	86
	DAFTAR PUSTAKA .....	89

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan jenis kelamin .....	57
Tabel 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan usia .....	58
Tabel 4.3 Deskripsi Responden berdasarkan status perkawinan .....	59
Tabel 4.4 Deskripsi Responden berdasarkan Pendapatan per bulan .....	59
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden mengenai harga .....	61
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden mengenai kualitas produk .....	62
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden mengenai kepercayaan.....	64
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden mengenai minat beli .....	66
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas .....	69
Tabel. 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	71
Tabel 4.11 Hasil Regresi Linier Berganda .....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji t .....	75
Tabel 4.13 Hasil Uji F .....	83
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	84

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran .....	39
Gambar 3.1 Daerah Penolakan dan Penerimaan pada HO pada t .....	47
Gambar 3.2 Daerah Penolakan dan Penerimaan pada HO pada F .....	48
Gambar 3.3 Struktur Organisasi .....	53

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Skor Angket Variabel Harga ( $X_1$ )

Lampiran 3 Tabulasi Data Skor Angket Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ )

Lampiran 4 Tabulasi Data Skor Angket Variabel Kepercayaan ( $X_3$ )

Lampiran 5 Tabulasi Data Skor Angket Variabel Minat Beli ( $Y$ )

Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 7 Reliability Statistik Per Variabel

Lampiran 8 Correlations Per Variabel

Lampiran 9 Tabel R, T, F

## ABSTRAK

Nama : **WULAN YULIYANTI** NIM : **2021100074** Skripsi dengan judul: **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA AKASIA PRATAMA MEBEL DI TRUCUK KLATEN** Fakultas Ekonomi dan Psikologi Program Studi Manajemen, Universitas Widya Dharma Klaten 2024.

Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten, 2) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten, 3) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten, 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten

Teknik pengumpulan data dengan angket, wawancara dan observasi. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 konsumen/pelanggan di Akasia Pratama Mebel. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas : harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan kepercayaan ( $X_3$ ) serta variabel terikat (Y) : minat beli. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil uji t diketahui bahwa terdapat **pengaruh** yang signifikan secara sendiri-sendiri antara kepercayaan terhadap minat beli karena t hitung kepercayaan = 2,474 hasil tersebut berada ditaraf signifikansi 5 % (0,05) dan lebih besar dari t tabel 2,000. Dengan demikian hipotesis penelitian yang berbunyi : ada pengaruh yang signifikan kepercayaan terhadap minat beli terbukti. Sedangkan harga dan kualitas produk tidak terbukti karena t hitung = - 0,510 dan -0,501 lebih kecil dari t tabel 2,000.

**Kata kunci:** *harga, kualitas produk, kepercayaan dan minat beli*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi yang pesat akan menimbulkan berbagai macam perubahan pola hidup manusia. Dalam hal pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia, maka dituntut pula peningkatan kesejahteraan, sehingga manusia dapat merasa puas dengan keinginan dan kebutuhannya. Kebutuhan dan keinginan manusia itu berbeda-beda karena setiap manusia mempunyai karakter sendiri-sendiri dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya, hal tersebut menimbulkan perilaku pembelian terhadap produk juga berbeda. Setiap konsumen akan membeli barang untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya.

Menyadari pemikiran masyarakat yang semakin kritis, akan menimbulkan dampak positif dan negatif, baik bagi produsen maupun konsumen. Sebagai dampak positif bagi produsen dapat membuka pasar baru, dan bagi konsumen yaitu akan membeli produk barang yang berkualitas dari segi mutu, praktis dalam pelayanan, efisien tempat dan waktu serta harga yang terjangkau. Sedang dampak dari para produsen yaitu dengan kebutuhan yang meningkat akan menimbulkan persaingan yang tajam antara sesama produsen. Para produsen akan berlomba-lomba untuk menarik minat para konsumen. Sehingga para konsumen juga terkena dampak negatif seperti membeli produk yang sama tetapi dengan kualitas berbeda.

Sekarang ini mebel sudah merupakan suatu kebutuhan masyarakat yang cukup penting. Mebel sendiri sudah beralih fungsi dari kebutuhan pelengkap rumah menjadi penunjang penampilan sosial yang dapat menunjukkan kelas sosial pemiliknya. Atau bahkan sebagai barang koleksi bagi beberapa orang. Hal tersebut memicu produsen-produsen mebel untuk bersaing dalam menggaet pelanggan. Banyak macam cara dilakukan, seperti peningkatan mutu produk, promosi yang gencar dilakukan sampai persaingan dalam penetapan harga.

Hal yang sangat dikhawatirkan oleh perusahaan adalah kondisi perubahan harga yang setiap saat bisa terjadi. Jika harga produk menjadi mahal maka secara otomatis permintaan barang akan menurun dan sebaliknya jika perubahan harga menjadi semakin murah maka permintaan barang akan naik dengan catatan semua keadaan dan faktor lingkungan eksternal dan internalnya bersifat tetap. Perubahan harga ini nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat penjualan suatu barang yang ditawarkan kepada pelanggan.

Persaingan dalam dunia usaha yang semakin meningkat pada gilirannya akan menjadikan harga menjadi salah satu strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan. Sementara bagi pelanggan harga tersebut haruslah merupakan refleksi produk yang benar-benar bermutu pada tingkat konsumen yang terjangkau dan diupayakan dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Harga merupakan variabel yang sangat penting untuk diperhatikan, di samping karena harga mempengaruhi jumlah pendapatan yang akan diterima

oleh perusahaan, harga juga dapat menjadi sebuah nilai yang akan diterima oleh konsumen. Harga yang terlalu tinggi akan membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita termasuk pada katagori barang mewah superior (berkualitas tinggi). Sedangkan jika harga yang kita tawarkan terlalu rendah, maka dapat membentuk persepsi konsumen bahwa produk kita adalah inferior (berkualitas rendah). Jadi, bukanlah hal mudah bagi sebuah perusahaan dalam menentukan harga, perusahaan harus ekstra hati-hati dalam membuat kebijakan terkait dengan harga karena harga dapat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli suatu barang.

Faktor lain yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas, dimana kualitas produk merupakan pusat dari keberhasilan suatu bisnis, di mana sebagai perusahaan yang menerapkan struktur dan strategi yang memusatkan pemilihan waktu pengembangan teknologi dan persaingan. Di era perdagangan bebas dan persaingan global ini, memaksa setiap perusahaan untuk siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut perusahaan untuk lebih berinovatif serta meningkatkan kualitas dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

Dengan meningkatkan kualitas produk dan banyak melakukan inovasi yang lebih bagus akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi

akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen. Inovasi harus mampu membuat produk berbeda di mata konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing.

Selain harga dan kualitas produk, kepercayaan juga memiliki peranan penting terhadap sumbangsih bertambahnya pelanggan di suatu usaha permebelan menurut Mowen (2002) dalam Suprpto & Azizi (2020) tentang kepercayaan konsumen yaitu, “Kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, dan manfaatnya”. Sedangkan pengertian kepercayaan menurut Rofiq (2007) dalam Suprpto & Azizi (2020:21) adalah “kepercayaan dimana pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan pada keyakinan, bahwa setiap orang yang dipercayai memiliki segala kewajibannya secara baik sesuai dengan apa yang diharapkan” kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Kepercayaan konsumen didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk menerima resiko dari tindakan pihak lain akan melakukan tindakan penting untuk pihak yang mempercayainya, terlepas dari kemampuan untuk mengawasi dan mengendalikan tindakan pihak yang dipercaya

Akasia Pratama Mebel merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak di bidang usaha mebel. Saat ini memproduksi berbagai macam mebel seperti almari, meja, kursi, kabinet hingga kusen pintu. Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak dalam bidang yang sama, untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan yang terbaik bagi konsumennya yaitu dengan memberikan kualitas yang lebih baik, harga yang lebih murah dan lebih inovatif, serta menjaga kepercayaan dari pelanggan. Sebab jika konsumen kurang puas maka kemungkinan konsumen akan beralih ke produk dari perusahaan lain, hal tersebut menyebabkan turunnya angka penjualan yang diikuti berkurangnya pangsa pasar (*market share*) sehingga akan menurunkan laba yang dapat menimbulkan kerugian bagi perusahaan itu sendiri.

Uraian di atas penulis tertarik meneliti tentang harga dan inovasi produk yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen dengan judul :  
**“Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Akasia Pratama Mebel Di Trucuk Klaten”**.

## **B. Alasan Pemilihan Judul**

Adapun alasan yang mendasari penelitian judul yang penulis ambil adalah :

1. Alasan subjektif
  - a. Menambah pengetahuan dasar penulis
  - b. Minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah harga kualitas produk dan kepercayaan konsumen.

## 2. Alasan Objektif

- a. Menghemat waktu tenaga dan biaya karena lokasi penelitian mudah dijangkau.
- b. Penelitian ini dilakukan untuk menyelesaikan studi.

## C. Penegasan Judul

Menghindari kekeliruan dalam memahami atau menafsirkan maka dalam penelitian ini dikemukakan penegasan judul sebagai berikut :

### 1. Pengertian Harga

Harga keterjangkauan harga (*affordability*) sejauh mana pelanggan bersedia dan mampu membayar harga produk, aksesibilitas sejauh mana pelanggan bersedia dengan mudah memperoleh produk. Harga sesuai benefit / manfaat untuk mendapatkan sesuatu yang bermanfaat, Harga sesuai dengan kualitas yang baik dan layanan yang baik dan harga yang wajar.(Kotler & Armstrong (Philip Kotler & Armstrong, 2018)

### 2. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah konsumen merasakan adanya kecocokan pada produk tersebut sehingga keinginannya sesuai dengan harapan dalam memenuhi kebutuhannya. (Dadang, 2019).

### 3. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks

sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan dari orang-orang yang lebih dapat ia percaya daripada yang kurang dipercayai (Moorman, 2003).

#### 4. Pengertian Minat Beli

Minat beli adalah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengonsumsi suatu produk. Minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi suatu produk. Kotler dalam Abzari, et al (2014)

### **D. Pembatasan Masalah**

Permasalahan yang akan penulis teliti ini akan menjadi kabur maknanya tanpa adanya pembatasan masalah yang mendasarinya. Adapun permasalahan yang penulis ajukan dibatasi pada pengaruh harga kualitas produk dan kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten.

### **E. Perumusan Masalah**

Latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten?

3. Apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten?
4. Apakah harga, kualitas produk dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten?

#### **F. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yang ingin dicapai oleh penyusun adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten.

#### **G. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini meliputi :

##### **1. Manfaat Teoritis**

- 1) Skripsi ini dapat berguna bagi perkembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran dan sebagai referensi bagi peneliti-peneliti berikutnya

- 2) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan diskripsi empiris untuk memperluas wawasan keilmuan harga, kualitas produk dan kepercayaan, serta minat beli konsumen..

## **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijaksanaan dalam hal penetapan harga, kualitas produk dan kepercayaan agar minat beli konsumen dapat meningkat.

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Adapun rencana sistematika penulisan dari awal hingga akhir kesimpulan adalah sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan. Pada bab ini memuat latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori. Pada bab ini membahas tentang pustaka tentang informasi variabel-variabel yang diteliti, landasan teoritik, dan hipotesis yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti serta penelitian terdahulu.

BAB III: Metode Penelitian. Bab ini berisi penjelasan mengenai model penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengukuran data, sumber data, definisi operasional variabel, instrument penelitian, pengujian instrument penelitian dan teknis analisis.

BAB IV: Analisis Data. Bab ini berisi tentang hasil analisis dari pengelolaan data, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Analisis tersebut diinterpretasikan terhadap pengolahan data dengan menggunakan teori.

BAB V: Simpulan dan saran. Bab ini memaparkan simpulan dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan dari pengaruh harga, kualitas produk dan kepercayaan terhadap minat beli mebel di Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil analisis dan interpretasi di atas dapat disimpulkan bahwa harga dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen mebel di Akasia Pratama Mebel di Trucuk Klaten dengan kepercayaan yang paling dominan. Sedangkan kualitas produk berpengaruh negatif
2. Hasil uji t dengan SPSS diperoleh nilai t hitung untuk  $X_1 = 0,510$   $X_2 = -0,501$  dan  $X_3 = 2,474$  dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut berada di bawah taraf 5%. Untuk  $X_1$ , t hitung sebesar  $0,510 < t$  tabel sebesar 2,00 sehingga hipotesis tidak dapat diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh harga terhadap minat beli. Untuk  $X_2$ , t hitung sebesar  $-0,501 < t$  tabel sebesar 2,00 sehingga hipotesis tidak dapat diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli. Untuk  $X_3$  t hitung sebesar  $2,474 > t$  tabel sebesar 2,00 sehingga hipotesis dapat diterima yang berarti terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat beli.

3. Hasil pengujian di dapat F hitung sebesar 7,188 dengan taraf signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa signifikansi F hitung lebih kecil dari signifikansi 0,05. Untuk itu F hitung 7,188 > dari F tabel 2,51 sehingga H<sub>0</sub> di tolak. Jadi hipotesis diterima maka dinyatakan variabel harga, kualitas produk dan kepercayaan secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli.
4. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel bebas harga (X<sub>1</sub>), kualitas produk (X<sub>2</sub>) dan kepercayaan (X<sub>3</sub>) terhadap perubahan variabel terikat minat beli (Y), dan besarnya pengaruh variabel terikat dalam penelitian ini adalah 23,90%. Sedangkan sisanya yaitu 66,10% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti.

## **B. Saran**

Analisis yang telah dilakukan dan dukungan teori yang dikemukakan para ahli, penulis akan mengemukakan beberapa saran sebagai berikut.

1. Kepercayaan terbukti memberikan pengaruh paling dominan terhadap minat beli, kepercayaan konsumen harus perlu dijaga kepercayaan merupakan salah satu faktor terpenting didalam berbisnis terutama dalam berbisnis online. kepercayaan merupakan suatu pemikiran setiap individu dalam melakukan hubungan kerjasama dengan pihak tertentu, sehingga terbentuk lah suatu hubungan kerjasama yang baik dalam waktu jangka panjang. Serta

pentingnya pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan pada suatu produk terhadap suatu atribut dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, atribut, dan manfaat produk menggambarkan persepsi konsumen. Tanpa adanya kepercayaan konsumen dalam pembelian secara online, maka pemilik bisnis online tidak akan bisa mengembangkan usahanya dan mungkin tidak ada konsumen yang mau membeli produk dari bisnisnya tersebut.

2. Pengujian hipotesis, harga berpengaruh positif tapi tidak signifikan untuk itu perusahaan harus memperhatikan dalam sistem penetapan harga, harga harus sesuai dengan kualitas yang baik dan layanan yang baik dan harga yang wajar dan harga juga menjelaskan kualitas suatu produk karena konsumen mempertimbangkan harga yang sesuai dengan kualitas produk.

Pengujian hipotesis, kualitas produk berpengaruh negatif, untuk itu perusahaan memperhatikan kualitas produk, kualitas produk termasuk hal yang penting dan cukup krusial saat menentukan pilihan sebuah produk yang dilakukan oleh konsumen atau pelanggan. Produk yang ditawarkan sebaiknya merupakan produk yang memang telah teruji dengan baik terkait kualitas atau mutunya. Sebab bagi konsumen, saat ini yang cukup diutamakan ialah kualitas atau mutu dari produk tersebut.

3. Sebaiknya peneliti yang akan datang disarankan untuk menambahkan variabel independen lainnya selain variabel harga,

kualitas produk dan kepercayaan yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen minat beli dan menambah jumlah respondennya lebih dari 100 responden, semakin banyak responden akan lebih melengkapi penelitian ini yang mungkin bisa mempengaruhi keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen”. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan Leila N. Vosta. 2014. Analysing The Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention: The Case of Iran Khodro Company. *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 143, No. 71, Hal: 822-826
- Abdul Rahman Efendi, 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Inspired27 Pengguna E-Commerce Shopee, *Skripsi Universitas Islam Malang*.
- Arikunto. 2011 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Aswad et al., (2018). “ Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center”. *JIM UPB ( Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*. Volume 6, Nomor 2 (hal. 77-85).
- Damodar N. Gujarati, Dawn C. Porte. (2015). *Dasar-dasar ekonometrika = Basic econometrics*.
- Damsir, M. L. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Layanan Indihome di Pekanbaru*. *Jurnal Ekonomi dan Ilmu Spsial*.
- Darmawan, D. & J. Gatheru. (2021). “Understanding Impulsive Buying Behavior in Marketplace”. *Journal of Social Science Studies*, 1(1), 11-18.
- Dwiputra, J., & Prabanto, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Coffeography Salemba). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1-21.
- Elisa Desy Rinda Putri (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. *Skripsi*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

- Fawzy, I., Sumowo, S., & Saidah, N. (2023). "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Stasiun Cafe Balung Jember". *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(1), 47–51.
- Indirasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. Surabaya.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang, 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. BPFE-Yogyakarta
- Kotler, P. dan K. L. K. (2018). "Marketing Management Edisi(13th ed.)". *New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). "*Principles of Marketing*. In Pearson Education Limited (17th ed.)". Pearson education.
- Lupiyoadi. Rambat dan Hamdani. (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat
- Ni Putu Juliani (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. Widya Amrita, *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* Pebruari 2022, Vol. 2 (No. 1): Hal 129-138
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga Dan Kualitas Produk ( Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424-436.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2016. *Research Methods For Business: A Skill Building Approach, 7th Edition*. New Jersey: Wiley
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autowork, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 1, No. 6, hal. 775-764.
- Shafitri, M., Ariani, L., & Nobelson, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 201-2122
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung. Bandung
- Supriyono, R. A. 2015. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Edisi Revisi. Buku Yogyakarta : BPFE-UGM

- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2018). "Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang". *INARxiv Papers*, 1-9.
- Slamet Widodo (2021). "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia (studi Kasus pada Konsumen Molivia Café, Teladan, Kota Medan). *Skripsi*. Universitas Negeri Allaudin Makasar
- Takholy, Y. R.& Andjarwati,A.L. (2018). "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 24-35.
- Thungasal & Siagian, 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari*
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, Greforius. (2016). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian)*. Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.
- Vania Elleanor Putri, 2022 . Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Country Of Origin Sebagai Moderasi (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Hemohim) *Skripsi* Universitas Satya Wacana Salatiga.
- Wahyudianto, M. Z. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Butuh Baju.Com. *Jurnal Performa : Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(4), 311-319.
- Yuhardi, Y.,Sari, T. V.,& Afrizal, D. (2022). Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mayang Suri Hotel. *Ekonomika*, 6(1), 123-130.
- Zahara, R.(2020). "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31-38.