

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK VALUE PLUS DI HYPERMART BANDAR LAMPUNG

AHMAD FERHAT

Private lable merupakan suatu bentuk inovasi yang dilakukan perusahaan ritel modern. *private lable* yang memiliki nama lain *private brand* dan *store brand* adalah merek yang diciptakan dan dimiliki oleh penjualan eceran barang dan jasa.

Salah satu ritel yang memiliki produk *private lable* adalah Hypermart. Hypermart dengan produk *value plus* terus melakukan pengembangan untuk menjadi merek favorit, ukuran yang paling umum dalam sebuah produk adalah kualitas produk. Seringkali masyarakat berasumsi bahwa dengan harga yang jauh lebih mahal, kualitas yang akan diperoleh lebih jauh terjamin. Hypermart menetapkan produk relatif rendah dibandingkan dengan harga yang ada di pasar namun dengan kualitas yang dapat bersaing.

Persepsi konsumen terhadap produk atau merek yang sama belum tentu menghasilkan kesimpulan yang sama karena tidak semua konsumen memiliki pengetahuan lengkap mengenai kondisi produk tersebut, yang nantinya berdampak pada pola minat beli konsumen.

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli pada konsumen produk *value plus* di Hypermart Bandar Lampung.

Hipotesis pada penelitian ini menjelaskan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Alat analisis yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif. Pada penelitian ini yang menjadi responden adalah konsumen yang membeli produk *value plus* yang dilakukan dengan teknik *non random sampling* jenis *purposive sampling* dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variable Kualitaas Produk Dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen produk *value plus* di Bandar Lampung. Besarnya pengaruh harga dan kualitas produk R^2 adalah 0,786 . Secara parsial variabel yang paling tinggi pengaruhnya adalah variabel harga.

Saran yang dapat diberikan terkait penelitian ini yaitu kualitas produk merupakan variable yang harus ditingkatkan oleh Hypermart. Hal ini disebabkan variabel kualitas produk merupakan variabel yang kurang dominan berpengaruh terhadap minat beli. Perusahaan diharapkan dapat mempertahankan kualitas produk yang ada sekarang dan terus meningkatkan maupun melakukan inovasi terhadap produk yang ada saat ini sehingga menumbuhkan rasa minat beli terhadap konsumen lain dan dengan sendirinya konsumen akan menjadi loyal terhadap produk *value plus*

Harga adalah variabel yang perlu dipertahankan oleh perusahaan untuk terus meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen *value plus*. Perusahaan diharapkan terus mempertahankan citra mereka dengan produk yang mempunyai kualitas yang dapat bersaing dengan produk lain namun dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan masyarakat.