

## ABSTRAK

**ASNITA ALI 931 411 027. 2015.** Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Roberta Gorontalo)". Skripsi Program Studi S1 Manajemen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo, dibawah Bimbingan Ibu **Tineke Wolok, ST, MM** dan Ibu **Zulfia K Abdussamad, SE, M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan harga terhadap minat beli konsumen di toko Roberta. Dengan populasi sebanyak 3600, kemudian pengambilan sampel dengan menggunakan metode sloving. Sehingga sampel yang dijadikan objek penelitian sebesar 98 orang. Data dalam penelitian ini didapatkan dari data primer dan data sekunder dengan melakukan observasi, wawancara dengan menggunakan kuisioner dan pengambilan data langsung terhadap perusahaan tersebut. Analisis data menggunakan analisis regresi sederhana. Proses analisis dalam penelitian ini menggunakan microsoft excel 2010 dan bantuan SPSS.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa hasil analisis regresi linear sederhana yang bangun adalah  $\hat{Y} = 3,667 + 0,600X$ . Minat Beli Konsumen =  $3,667 + 0,600$  Penetapan Harga. Dan nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Penetapan Harga diperoleh sebesar 10,406, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% dan derajat bebas  $n-k-1 = 98-1-1 = 96$  sebesar 1,984. Jika kedua nilai  $t$  ini dibandingkan maka nilai  $t_{hitung}$  masih lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  ( $10,406 > 1,984$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya signifikan. Nilai pengaruhnya sebesar 53,0%, terlihat dari koefisien determinasi. Hal ini menunjukkan bahwa besaran pengaruh Harga Produk terhadap Minat Beli Konsumen memiliki hasil yang besar. Sementara sebesar 47,0% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model penelitian yakni faktor bauran pemasaran lainnya.

**Kata Kunci : Penetapan Harga, Minat Beli Konsumen**

## **ABSTRACT**

**ASNITA ALI**, Student's ID 931 411 027.2015. *The Effect of Pricing on consumer buying interest on Roberta Store Gorontalo. Thesis S1 Study Program Management, Department Of Management, Faculty Of Economics and Business, Gorontalo State University. The principle supervisor was **Tineke Wolok, ST, MM** and the co-supervisor was **Zulfia K Abdussamad, SE, M.Si.***

*This study aims to determine how much influence the pricing on consumer buying interest in the store Roberta. with a population of 3600, and then sampling the slot sampling method. so the samples were subjected to experiments is 98 people. Data in this study was obtained from primary and secondary data by observation, interviews by using questionnaires and data capture directly to the store. process analysis in this study presented using microsoft exsel 2010 and SPSS assistance.*

*Based on the results of the analysis showed that the t value for a variable pricing obtained at 10.406 while the value t table at a significant level and degrees of freedom  $nk-1 = 98-1-1 = 96$  amounted to 1.984. if the value of t is compared to the *masih lebih* t value greater than the value t table (10.406 > 1.984) so  $H_0$  in *tolah* and  $H_1$  received significant meaning. influence the value of 53%, it is visible from coefficient of determination. this shows that the magnitude of the effect of the price of products on consumer buying interest has great results. while 47% are influenced by other factors outside the research model that factors other marketing mix.*

**Keyword** : Pricing, Consumer Buying Interest