

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK LEMARI ES MEREK SANYO DI
HARTONO ELEKTRONIK SURABAYA

SKRIPSI



Diajukan oleh :

Abdul Azis Bakar
0812010209/ FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK LEMARI ES MEREK SANYO DI
HARTONO ELEKTRONIK SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen



Diajukan oleh :

Abdul Azis Bakar
0812010209/ FE / EM

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2012

SKRIPSI
PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
STORE IMAGE RAMAYANA DEPARTEMEN
STORE SURABAYA

Disusun Oleh :

Abdul azis bakar
0812010209/ FE / EM

Telah Dipertahankan Dihadapan Dan Diterima Oleh
Tim Penguji Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 12 Desember 2012

Pembimbing Utama :

Tim Penguji
Ketua

Dra.Ec.Nuruni Ika,MP

Dr.Muhadjir Anwar, MM

Sekretaris

Dra.Ec.Nuruni Ika,MP

Anggota

Dra. Ec. Malicha

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jawa Timur

Dr. Dhani Ichsanudin Nur. SE,MM.

NIP. 19630924 198903 1001

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LEMARI ES MEREK SANYO DI HARTONO ELEKTRONIK SURABAYA

Yang diajukan

Abdul Azis Bakar
0812010209/ FE / EM

Disetujui untuk mengikuti Ujian Lisan oleh

Pembimbing Utama

Dra.Ec.Nuruni Ika,MP

Tanggal :.....

Mengetahui
Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Drs. Ec. H. R. A. Suwaedi, MS
NIP.196003301986031003

USULAN PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK LEMARI ES MEREK SANYO DI
HARTONO ELEKTRONIK SURABAYA

Yang Diajukan Oleh

Abdul Azis Bakar
0812010209/ FE / EM

Telah Disetujui Untuk mengikuti seminar :

Pembimbing Utama

Dra.Ec.Nuruni Ika,MP

Tanggal :.....

Mengetahui
Ketua Jurusan Progam Studi Manajemen

Dr.Muhadjir Anwar.MM
NIP. 196509071991031001

USULAN PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT
BELI PRODUK LEMARI ES MEREK SANYO DI
HARTONO ELEKTRONIK SURABAYA

Yang Diajukan Oleh

Abdul Azis Bakar
0812010209/ FE / EM

Telah Diseminarkan Dan Disetujui Untuk Menyusun Skripsi Oleh

Pembimbing Utama

Dra.Ec.Nuruni Ika,MP

Tanggal :.....

Mengetahui
Ketua Jurusan Progam Studi Manajemen

Dr.Muhadjir Anwar.MM
NIP. 196509071991031001

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan berkat-Nya yang diberikan kepada penyusun sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lemari Es Merek Sanyo Di Hartono Elektroni Surabaya ”.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan Strata Satu, Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spirituil maupun materiil, khususnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Teguh Sudarto, MP selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr. Dhani Ichsanudin Nur. SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Muhadjir Anwar,MM, MS. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jatim.
4. Dra.Ec.Nuruni Ika,MP selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan skripsi sehingga peneliti bisa merampungkan tugas skripsinya.

5. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
6. Toko HARTONO elektronik Surabaya yang telah membantu dalam penyusunan skripsi penulis.
7. Kepada kedua orang tua saya Bapak Mudji dan Siti Khotidjah, serta kakak dan adikku tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril ataupun material.
8. Rayditha Ovia Damayanti yang telah memberi support dan banyak meluangkan waktunya sehingga saya bisa menyelesaikan tugas skripsi ini.
9. Arek-arek BEM-U 2011-2012, Laviola dan antek-anteknya yang turut membantu dan menyediakan waktu dan tempat demi terselesaikan tugas skripsi ini.
10. Teman-teman NOE café dan saudara jauh Mary J ‘n Mira yang selalu memberi inspirasi dan semangat.
11. Berbagai pihak yang turut membantu dan menyediakan waktunya demi terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah disusun dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat berharap saran dan kritik membangun dari pembaca dan pihak lain.

Akhir kata, Peneliti berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Salam hormat,

Surabaya, Desember 2012

penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
ABSTRAKSI	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	8
2.2 Pemasaran	9
2.2.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.2.2.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
2.3 Kualitas Produk.....	18
2.3.1. Pengertian Kualitas Produk.....	18
2.3.1.1.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	20
2.4. Minat Beli	21
2.4.1. Pengertian Minat Beli.....	21
2.4.1.1. Faktor-Faktor Pembentuk Minat Beli.....	22
2.5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	23
2.6. Kerangka Konseptual.....	24
2.7. Hipotesis.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	25
3.1.1.	Pengukuran Variabel.....	26
3.2	Teknik Penentuan Sampel	27
3.3	Teknik Pengumpulan data.....	28
3.3.1.	Jenis data	28
3.3.2.	Sumber Data	28
3.3.3.	Pengumpulan Data	28
3.4	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	29
3.4.1	Teknik Analisis	29
3.4.2.	Outliers.....	30
3.4.3.	Evaluasi atas Outlier	31
3.4.4.	Uji Validitas	31
3.4.5.	Uji Reliabilitas.....	32
3.4.6.	Uji Normalitas	32
3.4.7.	Multicollinearity dan Singularity.....	33
3.4.8.	Pengujian Hipotesis dan Hubungan Kausal	33
3.4.9.	Pengujian Model Dengan Two-Step Approach.....	33
3.4.10.	Evaluasi Model.....	34

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1.	Deskriptif Hasil Penelitian	38
4.1.1.	Sejarah PT.Hartono Elektronik.....	38
4.2.	Analisis Karakteristik Responden	38
4.2.1.	Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	40
4.2.1.1.	Frekuensi Variabel Kinerja Produk.....	40
4.2.1.2.	Frekuensi Variabel Ciri-ciri.....	41
4.2.1.3.	Frekuensi Variabel Keandalan Dan Daya Tahan	42
4.2.1.4.	Frekuensi Variabel Estetika.....	43
4.2.1.5.	Frekuensi Variabel Kuitas Yang	

	Dipersepsikan.....	44
	4.2.1.6. Frekuensi Variabel Minat Beli.....	45
4.3.	Analisis Data	46
	4.3.1. Evaluasi Outlier	46
	4.3.2. Evaluasi Reliabilitas	47
	4.3.3. Evaluasi Validitas	48
	4.3.4. Evaluasi Construct Reliability Dan Variance Extract	49
	4.3.5. Evaluasi Normalitas	50
	4.3.6. Analisa Model Sem.....	51
	4.3.7. Uji Kausalitas	54
4.4.	Pembahasan	54
	4.4.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan.....	57
5.2.	Saran.....	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Data Top Brand Index Lemari ES Tahun 2009-2011	4
Tabel 3.1.	Goodness of Fit Indices	39
Tabel 4.1.	Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2.	Usia	39
Tabel 4.3.	Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Kinerja Produk.	40
Tabel 4.4.	Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Ciri-ciri.....	41
Tabel 4.5.	Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Keandalan dan Daya Tahan	42
Tabel 4.6.	Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Estetika.....	43
Tabel 4.7.	Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Kualitas Yang Dipersepsikan	44
Tabel 4.8.	Hasil Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Beli.....	45
Tabel 4.9	Outlier Data.....	47
Tabel 4.10.	Reliabilitas data	48
Tabel 4.11.	Validitas data.....	49
Tabel 4.12.	Construct Reliability dan Variance Extract.....	50
Tabel 4.13.	Normalitas data.....	51
Tabel 4.14.	Evaluasi Goodness Fit OF Index Model One Step Approach –Base Model.....	52
Tabel 4.15.	Evaluasi Goodness Fit OF Index Model One Step Approach –Modification Model.....	53
Tabel 4.16.	Hasi Uji Kausalitas.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen	13
Gambar 3.1.	Contoh Model Pengukuran Minat Beli	30
Gambar 4.1.	Model Pengukuran dan Struktural: Kualitas Produk Terhadap Minat Beli One Step Approach: Base Model.....	52
Gambar 4.2.	Model Pengukuran dan Struktural: Kualitas Produk Terhadap Minat Beli One Step Approach: Modification Model	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Lampiran 3 : Hasil Uji Outlier

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas, Reliabilitas dan Normalitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Structural Equation Modelling

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK LEMARI ES MEREK SANYO DI HARTONO ELEKTRONIK SURABAYA

Abdul Azis Bakar

Abstraksi

Lemari es atau kulkas merupakan perlengkapan rumah tangga cukup vital untuk menjaga bahan makanan tetap segar dan terlindungi. Alat ini dapat menjaga sayuran tetap hijau, daging tetap segar dan tahan lama, susu tetap layak dikonsumsi dan tidak basi, serta masih banyak lagi manfaat lainnya. Karena suhu di dalam lemari es harus selalu dijaga, energi listrik yang dikonsumsi pun tidak sedikit. Penelitian ini dilakukan di Hartono Surabaya, banyaknya toko-toko yang menjual barang elektronik seperti Gunung Sari Intan dan UFO menjadikan persaingan yang ketat, namun posisi toko Hartono Surabaya di benak konsumen sebagai toko elektronik terbesar dan yang pertama di Surabaya sejak tahun 1973 menjadikan keunggulan tersendiri dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Berdasarkan hasil survei di atas menunjukkan bahwa lemari es Sanyo mengalami penurunan Indikasi lain yang menunjukkan bahwa minat beli terhadap lemari es merek Sanyo sedang mengalami penurunan sebab dari produknya sendiri terdapat beberapa komponen yang cacat produk seperti adanya kerusakan-kerusakan kecil, kemudian model dari lemari es tersebut sedikit kurang inovatif,

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung dan berbelanja di Hartono Elektronik Surabaya. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah sampel sebesar 104 responden. Data yang dipergunakan adalah data primer yaitu data yang berdasarkan kuisioner hasil jawaban responden. Sedangkan analisis yang dipergunakan adalah Structural Equation Modelling (SEM).

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa kualitas produk yang baik maka akan semakin baik pula minat beli konsumen pada produk Lemari es merek Sanyo di Hartono Elektronik.

Keywords: Kualitas Produk dan Minat Beli

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah mengubah secara drastis pola produksi dari perusahaan-perusahaan multinasional. Sejalan dengan adanya perubahan tersebut, kerjasama multilateral dan regional semakin banyak dikembangkan guna mengantisipasi perkembangan yang sedang dan akan terjadi di masa mendatang. Dewasa ini gejolak moneter, kenaikan bahan bakar minyak (BBM), musibah bencana alam, maraknya aksi demonstrasi dan berbagai kejadian lain menyebabkan perekonomian Indonesia menjadi tidak menentu dan tidak stabil (Watmadihardja, 2006). Hal ini mengakibatkan aktivitas perdagangan di Indonesia menjadi lesu sehingga permintaan akan barang menjadi turun drastic dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, khususnya permintaan akan barang-barang elektronik seperti TV, DVD, AC, magicjar, dan lain-lain. Tingginya harga-harga sebagai multiplier effect harga BBM, diakui mendorong inflasi yang mencapai posisi tertinggi dalam empat tahun terakhir. (Watmadihardja, 2006).

Era globalisasi menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan yang beroperasi di Indonesia. Di satu sisi, era globalisasi memperluas pasar produk dari perusahaan Indonesia, sementara di sisi lain, keadaan tersebut memunculkan persaingan yang makin ketat baik antar perusahaan domestik maupun perusahaan asing. Dengan kondisi tersebut, maka peran aspek pemasaran sangat menunjang daya saing perusahaan

dalam mengantisipasi kondisi persaingan tersebut, utamanya dalam tujuan memenuhi kebutuhan konsumen. Kegiatan pemasaran berorientasi pada pelanggan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sangatlah menentukan keberhasilan usaha perusahaan tersebut di masa yang akan datang. Fuad, (2008).

Terkait dengan situasi tersebut, strategi pemasaran menjadi prioritas utama yang harus dimiliki setiap perusahaan dalam rangka mencapai tujuan-tujuannya. Pada dasarnya, tujuan perusahaan menganut konsep pemasaran adalah memberikan kepuasan kepada konsumen dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Untuk itulah diperlukan strategi pemasaran yang efektif yang berorientasi utama kepada konsumen. Salah satu strategi pemasaran pada toko/gerai ritel adalah pendesainan store atmosphere atau atmosfir toko. Perancangan tersebut dilakukan diantaranya untuk dapat menarik konsumen, memicu pembelian oleh konsumen, menciptakan suasana tertentu yang kemudian dapat mempengaruhi emosi konsumen, dan untuk dapat mempengaruhi bagaimana konsumen berperilaku. Peter dan Olson (2000) menyatakan bahwa tiga keputusan utama dalam mendesain lingkungan fisik suatu usaha adalah lokasi, tata letak, serta rangsangan atau atmosphere yang ditimbulkannya.

Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Assael, 2001).

Berdasarkan kesemuanya itu tidak terlepas juga dengan kualitas produk yang dimilikinya, sehingga nantinya tidak mengecewakan konsumen yang menggunakan. Kualitas produk atau mutu produk sering diartikan sebagai komposisi teknis dari suatu produk, Kotler,(2003: 49) mutu adalah keseluruhan ciri serta sifat dari produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau kebutuhan tersirat.

Penelitian ini dilakukan di Hartono Surabaya, banyaknya toko-toko yang menjual barang elektronik seperti Gunung Sari Intan dan UFO menjadikan persaingan yang ketat, namun posisi toko Hartono Surabaya di benak konsumen sebagai toko elektronik terbesar dan yang pertama di Surabaya sejak tahun 1973 menjadikan keunggulan tersendiri dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Banyaknya pesaing yang berpotensi memasuki pasar merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan.

Lemari es atau kulkas merupakan perlengkapan rumah tangga cukup vital untuk menjaga bahan makanan tetap segar dan terlindungi. Alat ini dapat menjaga sayuran tetap hijau, daging tetap segar dan tahan lama, susu tetap layak dikonsumsi dan tidak basi, serta masih banyak lagi manfaat lainnya. Karena suhu di dalam lemari es harus selalu dijaga, energi listrik yang dikonsumsi pun tidak sedikit. Dengan memperhatikan beberapa hal, energi listrik yang terpakai dapat dihemat walaupun lemari es jarang sekali dimatikan. Beberapa hal perlu diperhatikan dalam menjaga lemari es bekerja optimal dan menghemat listrik. Di dalam penelitian ini obyek yang menjadi penelitian adalah produk lemari es

merek Sanyo, produk lemari es ini juga banyak di gemari oleh konsumennya, tetapi dari promosi produk tersebut masih banyak komplain dari masyarakat yang membeli produk tersebut, seperti halnya sebagai berikut cuplikan keluhan konsumen:

“Pada tanggal 19 Maret 2011 saya melaporkan kerusakan kulkas 2 pintu merk Sanyo tipe SR-D245N yang saya beli pada 10 Mei 2008 ke Service Center Sanyo di Jakarta dan diterima dengan baik. Kemudian Teknisi telah datang ke rumah saya untuk mengecek. Mereka mengatakan bahwa kerusakan ada di spare part-nya dan lampu yang mati sehingga mengakibatkan kulkas kurang dingin. Setelah itu dengan alasan administrasi Teknisi tersebut meminta kwitansi dan kartu garansi resmi yang asli untuk dibawa ke Service Center. Percuma saja di setiap produk Sanyo diberikan kartu 'garansi' jika untuk menyelesaikan masalah salah satu produk saja tidak bisa. Pelayanan Service Center Sanyo benar-benar mengecewakan dan garansi Sanyo cuma basa-basi tidak ada realisasi.”
 Suarapembaca. Detik.com/2011.

Berdasarkan fenomena di atas menunjukkan bahwa hal-hal seperti itulah yang harus diperhatikan oleh perusahaan agar tidak mengecewakan konsumennya, apalagi jika kartu garansi tersebut hanyalah janji-janji belaka, hal ini juga didukung dengan data Top Brand Index (TBI) produk lemari es, sebagai berikut:

Tabel 1.1. Data Top Brand Index Lemari Es Tahun 2009-2011

Produk	Top Brand Index		
	2009	2010	2011
Sharp	26.5%	23.9%	7.8%
Sanyo	15.7%	15.8%	12.5%
LG	14%	15.6%	23.5%
Toshiba	13.3%	13.8%	4.1%

Panasonic	10.3%	8.6%	3.8%
Samsung	6.3%	6.6%	12.1%
Polytron	2.8%	3.4%	6.3%
Mitsubishi	1.9%	2.2%	-

Sumber: www.topbrand.com.2012.

Berdasarkan hasil survei di atas menunjukkan bahwa dari tahun 2009 hingga tahun 2011 merek lemari es Sanyo mengalami penurunan dilihat dari presentase tersebut yaitu tahun 2009 sebesar (15,7%), tahun 2010 meningkat hanya sekitar (15,8 %), dan tahun 2011 tidak menjadi Top Brand Index. Indikasi lain yang menunjukkan bahwa minat beli terhadap lemari es merek Sanyo sedang mengalami penurunan sebab dari produknya sendiri terdapat beberapa komponen yang cacat produk seperti adanya kerusakan-kerusakan kecil, kemudian model dari lemari es tersebut sedikit kurang inovatif, sehingga konsumen kurang berminat dalam membeli produk tersebut. Berikut adalah data mengenai penjualan Lemari Es Merek Sanyo Di Haartono Elektronik Surabaya, sebagai berikut:

Tabel 1.2. Data Penjualan Lemari Es Merek Sanyo Tahun 2009-2011

Produk	Penjualan (dalam unit)		
	2009	2010	2011
Sanyo	348300	338140	327500

Sumber: Hartono Elektronik Surabaya, 2012

Berdasarkan data penjualan di atas menunjukkan bahwa minat konsumen dalam membeli produk lemari es merek Sanyo dari tahun ke tahun mengalami penurunan, hal ini dapat dilihat dari tabel di atas bahwa untuk tahun 2009 penjualan lemari es sanyo sekitar 348300 unit banum di tahun 2010 penjualannya hanya berkisar 338140 unit, kemudian tahun 2011 penjualannya hanya berkisar 327500 unit saja, hal ini tentunya sangat mempengaruhi kinerja penjualan untuk lemari es merek Sanyo. Penurunan penjualan tersebut disebabkan juga karena

persaingan yang bertambah ketat, “Perang harga tak terhindarkan” dari sisi kualitas produk beberapa material seperti plastik dan sebagainya harganya meningkat. “Satu sisi harus menurunkan harga karena kondisi perekonomian, sisi lain harga bahan baku yang naik.

Hal ini dapat terjadi disebabkan karena keunggulan produk yang disampaikan tidak sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya, sehingga bagi konsumen yang sering mengalami hal seperti ini akan meragukan kebenarannya, selain itu kurangnya upaya perusahaan untuk mengenalkan merek produk ke pasar dengan berbagai inovasi, misalnya dalam bentuk kemasan, dan variasi yang berbeda, dengan begitu konsumen akan mempunyai alternatif pilihan dalam membeli produk tersebut.

Oleh karena itu agar produk yang ditawarkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan mempunyai nilai yang lebih dibandingkan para pesaingnya, maka produsen perlu memperhatikan kualitas produknya yang merupakan unsur-unsur yang dipandang penting oleh konsumen untuk dijadikan dasar pengambilan keputusan. Atribut produk meliputi kualitas, merek, kemasan, jaminan, pelayanan dan lain-lain. Tjiptono, (2008:103). Berdasarkan uraian di atas dalam penelitian ini peneliti mengambil judul:

“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lemari Es Merek Sanyo Di Hartono Elektroni Surabaya”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli Produk Lemari Es Merek Sanyo Di Hartono Elektronik Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli Produk Lemari Es Merek Sanyo Di Hartono Elektronik Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian dan penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan informasi, serta bahan pertimbangan untuk evaluasi dalam menentukan strategi bisnis yang tepat dan efektif di masa yang akan datang bagi pengelola Hartono Elektronik Surabaya

- b. Bagi Fakultas Ekonomi

Untuk menambah khasanah perpustakaan dan referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian lanjutan terhadap kajian dan pembahasan yang lebih mendalam dan lebih baik lagi di masa yang akan datang.

- c. Bagi Penulis

Menerapkan teori yang diperoleh selama ini ke dalam bentuk praktek secara langsung serta untuk melatih diri untuk berfikir secara kritis dalam menghadapi masalah yang nyata di lapangan.