

**Analisis Pengaruh Kualitas Produk,Citra Merek dan Promosi
Terhadap Minat Beli Konsumen
(Studi Kasus : Brand Byford Underwear Men's di Jakarta)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS
Nama : Midun
NIM : 43112120188
MERCU BUANA

**Proram Studi Manajemen Bisnis
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2017**

**Analisis Pengaruh Kualitas Produk,Citra Merek dan Promosi
Terhadap Minat Beli Konsumen**

(Studi Kasus : Brand Byford Underwear Men's di Jakarta)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyarata Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Midun

NIM : 43112120188

**Program Studi Manajemen Bisnis
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2017

SURAT PERYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Midun
Nim : 43112120188
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Maret 2017



Midun

Nim : 43112120188

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Midun
Nim : 43112120188
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Brand Byford Underwear Men's Di Jakarta).
Tanggal Lulus Ujian : 02 Maret 2017

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

an. 

Bpk. Wawan Purwanto S.E. MM

Tanggal : 7/7-2017

Ketua Penguji



Dr. Ir. Cecep Winata, M.Si

Tanggal : 06-03-2017

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA

Tanggal :

Ketua Program Studi S1



Dudi Permana, MM., Ph.D

Tanggal : 7/7-2017

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia -Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Brand Byford Underwear Men’s di Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Wawan Purwanto. SE. MM, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis haturkan alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua orang tua tercinta dan kaka saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada hentihentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Harnovinsah, AK., M.Si., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dudi Permana, Ph.D.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
6. Bapak Sunaryo Liman selaku Direktur Pimpinan Brand Byford Underwear Men’s, memberikan kesempatan penulis untuk melakukan penelitian diperusahaanya.
7. Rekan-rekan staf SPG/SPB Brand Byford Underwear Men’s yang membantu dalam mengumpulkan data penelitian.

8. Sahabat-sahabatku Chandra Zusman, Mariana Lestari, Ratih Septiani dan Rekan kerja PT VIGINDO INTIUSAHA PERDANA dengan penuh persaudaraan menyemangati dan saling membantu.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa Universitas Mercu Buana jurusan Manajemen angkatan 2012 terima kasih atas segala perhatian, dukungan dan do'a restunya.
10. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 07 Maret 2017



DAFTAR ISI

SURAT PERYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	6
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	8
1. Definisi Pemasaran	8
2. Konsep Pemasaran	9
3. Peran Pemasaran	10
4. Definisi Kualitas Produk	12

5. Dimensi Kualitas Produk	13
6. Definisi Citra Merek	18
7. Faktor-faktor Pembentukan Citra Merek	16
8. Dimensi Citra Merek	17
9. Pengertian Promosi Penjualan	19
10. Tujuan Promosi Penjualan	20
11. Dimensi Promosi Penjualan	19
12. Pengertian Minat Beli	21
13. Dimensi Minta Beli	23
14. Tahapan-tahapan Minat Beli	23
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Hubungan Antar Variabel	26
D. Kerangka Penelitian	28
E. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Definisi Oprasionalisasi Variabel	31
1. Definisi Variabel	31
2. Oprasionalisasi Variabel	32
D. Pengukuran Variabel	36
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36

1. Populasi Penelitian	36
2. Sampel Penelitian	37
F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Jenis Data Penelitian	39
H. Metode Analisis	39
1. Analisis Deskriptif	39
2. Uji Kualitas Data	39
a. Uji Validitas	39
b. Uji Reabilitas	40
3. Uji Asumsi Klasik	41
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Multikolonieritas	41
c. Uji Heteroskedastsitas	42
4. Analisis Regresi Linier Berganda	42
5. Uji Hipotesis	44
a. Uji Statistik T (Partial)	44
b. Uji F	44
c. Koefisien Determinasi	45

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
1. Tempat dan Waktu Penelitian	47
2. Karakteristik Profil Responden	48

a.	Deskripsi Responden Berdasarkan Pembeli	49
b.	Deskripsi Responden Berdasarkan usia pemakai	45
B.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	50
1.	Hasil Uji Validitas	50
2.	Hasil Uji Reliabilitas	53
C.	Hasil Uji Asumsi Klasik	53
1.	Hasil Uji Normalitas Data	54
2.	Hasil Uji Multikolonieritas	55
3.	Hasil Uji Heteroskedastistas	56
D.	Hasil Uji Hipotesis	57
1.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	57
2.	Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	60
3.	Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	61
E.	Pembahasan Hasil Penelitian	62
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	
A.	Simpulan	65
B.	Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	70

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	
1.1	Tabel Penjualan Byford Underwear Men's	3
1.2	Tebel Rangkaing Deapartement Store Jakarta	5
2.1	Tabel 4P Terhadap 4C	11
2.2	Tabel Penelitian Terdahulu	24
3.1	Tabel Oprasional Variabel Kualitas Produk	32
3.2	Tabel Oprasional Variabel Citra Merek	33
3.3	Tebel Oprasional Variabel Promosi	34
3.4	Tabel Oprasional Variabel Minat Beli	35
3.5	Tabel Skala Pengukuran Likert	36
4.1	Data Deskripsi Responden Berdasarkan Pembeli	48
4.2	Data Deskripsi Responden Berdasarkan Usia Pemakai	49
4.3	Hasil Uji Validitas Kuesioner Kualitas Produk	50
4.4	Hasil Uji Validitas Kuesioner Citra Merek	51
4.5	Hasil Uji Validitas Kuesioner Promosi	51
4.6	Hasil Uji Validitas Kuesioner Minat Beli	52
4.7	Hasil Uji Reliabilitas	53
4.8	Hasil Uji Normalitas Data	54
4.9	Hasil Uji Multikolineritas	55
4.10	Hasil Uji F	57
4.11	Hasil Uji Regresi Berganda	58
4.12	Hasil Uji T	60
4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	61

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	
2.1	Kerangka Pemikiran	28
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

	Keterangan	
Lampiran 1	Kuesioner	71
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	77
Lampiran 3	Hasil Karakteristik Responden	87
Lampiran 4	Hasil Analisis Deskriptif	88
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	90
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik	92
Lampiran 7	Hasil Uji Hipotesis	94
Lampiran 8	Hasil Uji Regresi Berganda	94

