

MENDORONG MINAT BELI KONSUMEN KEMEJA MEREK
THE EXECUTIVE MELALUI PENINGKATAN KUALITAS
PRODUK, CITRA MEREK, DAN HARGA

SKIRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Mercu Buana



Nama : Sugandi

NIM : 43113010034

Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUB UANA
JAKARTA

2017

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sugandi
NIM : 43113010034
Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari 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)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.



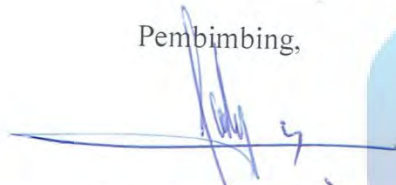
NIM 43113010034

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sugandi
NIM : 43113010034
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Mendorong minat beli konsumen kemeja merek
The Executive melalui peningkatan kualitas produk,
Citra merek, dan harga
Tanggal Lulus Ujian : 22 Agustus 2017

Disahkan Oleh :

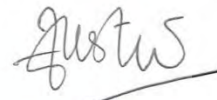
Pembimbing,



Endi Rekarti, SE, ME



Ketua Penguji



Hesti Maheswari, SE., M,SI

Tanggal : 29-8-2017

Tanggal : 28-8-2017

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dekan,



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

Tanggal : 29-8-2017

Ketua Program Studi

S1 Manajemen



Dudi Permana, MM.,Ph.D

Tanggal : 29-8-2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Mendorong Minat Beli Konsumen Kemeja Merek The Executive Melalui Peningkatan Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga”**. Skripsi ini disusun untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

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 Endi Rekarti, SE, ME. selaku dosen pembimbing proposal 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 anugrahnya dan ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho, MM selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Bapak Dudi Permana, MM.,Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
5. Kedua orang tua tercinta (Mamah & Papah) dan adik saya (Sofyan) yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada saya serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Untuk teman spesial di hidup saya Niken Triani yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir.
7. Sahabat yang sudah seperti keluarga yaitu Wisnu Dwi Prakoso, Bobby Werlian, Bara Al Assad (GGS).
8. Sahabat seperjuangan semester akhir yang telah membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi, Denny Irvan Arsyad, Debby Dwi Putra, Desi Umamah, Nurochmatun Palupi, Lufthi R.Amelia, dan Melyana Saputri.
9. Pihak – pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal ini

proposal 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 proposal ini.

Jakarta, 29-8-2017



Sugandi



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGEASAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1	PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Manfaat Penelitian	10
BAB 2	KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS
A. Kajian Teoritis.....	12
1. Manajemen Pemasaran.....	12
2. Pemasaran Produk Fashion	13
3. Kualitas Produk	14
a. Pengertian Kualitas Produk.....	14
b. Dimensi Kualitas Produk	16
4. Citra Merek.....	18

a.	Pengertian Citra Merek	18
b.	Dimensi Citra Merek.....	20
c.	Fungsi Merek	21
5.	Harga	22
a.	Pengertian Harga.....	22
b.	Faktor Yang Mempengaruhi Harga	24
c.	Peranan Harga	25
d.	Dimensi Harga	26
6.	Minat Pembelian	26
a.	Pengertian Minat Beli	26
b.	Dimensi Minat Beli.....	27
B.	Penelitian Terdahulu.....	28
C.	Keterkaitan Antar Variabel	31
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli ...	32
2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	32
3.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	32
D.	Kerangka Pemikiran	33
E.	Hipotesis	33

BAB 3

METODE PENELITIAN

A.	Waktu Tempat Penelitian	35
1.	Waktu Penelitian	35
2.	Tempat Penelitian	35
B.	Desain Penelitian.....	35
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	36
D.	Populasi dan Sampel Penelitian	39
1.	Populasi.....	39
2.	Sampel.....	39
3.	Teknik Pengambilan Sampel	40
E.	Teknik Pengumpulan Data	42
F.	Jenis dan Sumber Data	43
G.	Metode Analisis.....	44
1.	Uji Validitas	44
2.	Uji Reabilitas.....	44
3.	Statistik Deskriptif	45
4.	Uji Asumsi Klasik.....	45
a.	Uji Normalitas	46
b.	Uji Multikolinieritas	46
c.	Uji Heterokedastisitas.....	47
d.	Uji Autokorelasi	47

5. Analisis Regresi Berganda	48
a. Uji Detrminasi (R^2)	49
b. Uji Persial (Uji t)	49
c. Uji Simultan F	50
6. Uji Hipotesis	50

BAB 4 PEMBAHASAN

A. Profil Perusahaan	52
1. Sejarah Perusahaan	52
2. Visi dan Misi	55
3. Produk	56
4. Struktur Organisasi	56
5. Tugas dan Tanggung Jawab	57
a. Job Description	57
B. Profil Responden	60
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
2. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
3. Responden Berdasarkan Usia	62
4. Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	63
C. Pengujian Data	64
1. Uji Validitas	64
a. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	65
b. Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_2)	66
c. Uji Validitas Variabel Harga (X_3)	66
d. Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	67
2. Uji Reabilitas	67
a. Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk	68
b. Uji Reabilitas Variabel Citra Merek	68
c. Uji Reabilitas Variabel Harga	69
d. Uji Reabilitas Variabel Minat Beli	69
3. Uji Asumsi Klasik	70
a. Uji Normalitas	70
b. Uji Multikolinieritas	72
c. Uji Heteroskedastisitas	74
d. Uji Autokorelasi	75
4. Analisis Korelasi	76
a. Kualitas Produk dan Minat Beli	77
b. Citra Merek dan Minat Beli	78
c. Harga dan Minat Beli	78

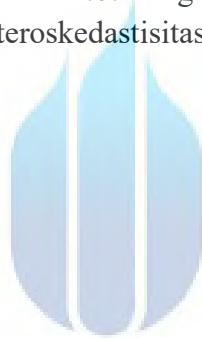
5. Analisis Regresi Linier Berganda	79
a. Kofisiensi Determinasi (R^2)	80
b. Uji F	81
c. Uji t	82
D. Implikasi Penelitian	84
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	84
2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	85
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	85
4. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Terhadap Minat Beli	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	88
A. Simpulan	88
B. Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR TABEL

1.1. Tabel Omset Penjualan Kemeja The Executive	4
1.2. Tabel Harga Fashion Di Indonesia	8
2.1. Tabel Penelitian Terdahulu.....	28
3.1. Tabel Operasional Variabel	37
3.2. Tabel Store The Executive Di Jakarta Barat.....	39
3.3. Total konsumen yang membeli kemeja The Executive Tahun 2015	41
3.4. Tabel Skala Penilaian Likert.....	43
4.1. <i>Output</i> Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	65
4.2. <i>Output</i> Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_2).....	66
4.3. <i>Output</i> Uji Validitas Variabel Harga (X_3)	66
4.4. <i>Output</i> Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)	67
4.5. <i>Output</i> Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_1)	68
4.6. <i>Output</i> Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X_2).....	68
4.7. <i>Output</i> Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_3).....	69
4.8. <i>Output</i> Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)	69
4.9. <i>Output</i> Kesimpulan Uji Normalitas Data.....	70
4.10. <i>Output</i> Uji Multikolinearitas	73
4.11. <i>Output</i> Uji Autokorelasi	75
4.12. Penaksiran Indeks Korelasi	76
4.13. <i>Output</i> Korelasi kualitas produk.....	77
4.14. <i>Output</i> Korelasi Citra Merek.....	78
4.15. <i>Output</i> Korelasi Harga.....	78
4.16. <i>Output</i> Koefisien Determinasi.....	80
4.17. <i>Output</i> Uji Anova atau Uji F	81
4.18. <i>Output</i> Uji t.....	82

DAFTAR GAMBAR

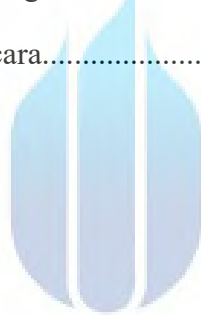
1.1.	Citra Merek Perusahaan Fashion di Indonesia 2014	6
1.2.	Citra Merek Perusahaan Fashion di Indonesia 2015	7
2.1.	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Harga....	24
2.2.	Kerangka Pemikiran	33
4.1.	Struktur organisasi.....	56
4.2.	Persentase Jenis Kelamin	60
4.3.	Persentase Pendidikan Terakhir	61
4.4.	Presentase Berdasarkan Usia	62
4.5.	Presentase Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	63
4.6.	Grafik Normal <i>P-P Plot</i> kualitas produk.....	71
4.7.	Grafik Normal <i>P-P Plot</i> citra merek	71
4.8.	Grafik Normal <i>P-P Plot</i> Harga.....	72
4.9.	<i>Output</i> Uji Heteroskedastisitas.....	74



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2	Hasil Kuesioner	99
Lampiran 3	Hasil Statistik Deskriptif	112
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas	113
Lampiran 5	Hasil Uji Reabilitas.....	115
Lampiran 6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 7	Hasil Analisis Korelasi	119
Lampiran 8	Hasil Analisi Regresi Linear Berganda	120
Lampiran 9	Hasil Wawancara.....	121



UNIVERSITAS
MERCU BUANA