

**PENGARUH KEPERCAYAAN, VARIASI PRODUK DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN
(Studi Pada Toko Surya Florist)**

SKRIPSI



Nama : Agung Surya Lesmana

NIM : 43119110368

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

**PENGARUH KEPERCAYAAN, VARIASI PRODUK DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN
(Studi Pada Toko Surya Florist)**

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



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Agung Surya Lesmana

NIM : 43119110368

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2024**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agung Surya Lesmana

NIM : 43119110368

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, 14 Maret 2024



UNIVERSIT
MERCU BUANA

SEPULUH RIBU RUPIAH
10000
TEL. 201
METEOR
TEMPEL
EB342ALX163965256

Agung Surya Lesmana

NIM: 43119110368

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agung Surya Lesmana
NIM : 43119110368
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KEPERCAYAAN, VARIASI PRODUK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN (Studi Pada Toko
Surya Florist)
Tanggal Sidang : 14 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Daru Asih, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243868



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini menguji tentang kepercayaan, variasi produk, promosi penjualan yang mempengaruhi minat pembelian pada Toko Surya Florist. Penelitian ini dilakukan terhadap 112 responden dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis *Smart-PLS*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian, variasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian pada konsumen Toko Surya Florist.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Variasi Produk, Promosi Penjualan, Minat Pembelian.*



ABSTRACT

This study examines trust, product variations, sales promotion that influence customer buying to interest. This study was conducted on 112 respondents using a quantitative descriptive approach. The data analysis method used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with a Smart-PLS analysis tool. The results of this study show that the variables of trust have a positive significant effect on consumer buying to interest, product variations have a positive significant effect on consumer buying to interest and sales promotion have a positive significant effect on consumer buying to interest at Toko Surya Florist.

Keywords: Trust, Product Variations, Sales Promotion, Buying to Interest.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Variasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian (Studi Pada Toko Surya Florist)”**.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
2. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
5. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama penulis kuliah.
7. Seluruh teman-teman Manajemen S1 FEB UMB angkatan 2019 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.
8. Kekasih penulis yaitu Lia Safitri yang telah menjadi tempat berkeluh kesah, tulus membantu, mensupport dengan kebahagiaan sederhana dan mendukung saya untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada seluruh teman-teman dan masyarakat yang telah menjadi responden pada penelitian ini.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 14 Maret 2024

Agung Surya Lesmana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	10
HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
b. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	11
2. Perilaku Konsumen	12
a. Pengertian Perilaku Konsumen	12
b. Karakteristik Perilaku Konsumen	13
3. Minat Pembelian	17
a. Pengertian Minat Pembelian	17
b. Indikator Minat Pembelian.....	18
4. Kepercayaan	18
a. Pengertian Kepercayaan	18

b. Indikator Kepercayaan	19
5. Variasi Produk.....	20
a. Pengertian Variasi Produk.....	20
b. Indikator Variasi Produk	20
6. Promosi Penjualan.....	21
a. Pengertian Promosi Penjualan.....	21
b. Indikator Promosi Penjualan	22
7. Penelitian Terdahulu.....	22
B. Pengembangan Hipotesis.....	27
C. Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Waktu dan Tempat Penelitian	30
B. Desain Penelitian.....	30
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	31
1. Definisi Variabel	31
2. Operasionalisasi Variabel	33
D. Skala Pengukuran Variabel	34
E. Populasi dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi	35
2. Sampel.....	35
F. Metode Pengumpulan Data	36
G. Metode Analisis Data	37
1. Analisis Deskriptif	37
2. PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	37
3. Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Gambaran Umum Perusahaan	45
B. Analisis Deskriptif	47
1. Karakteristik Responden	47
2. Deskriptif Jawaban Responden	50
C. Hasil Uji Kualitas Data	53

1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	53
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)...	60
D. Pembahasan Hasil Penelitian	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
A. Simpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	75



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Penjualan Surya Florist Sebelum/Sesudah Pandemi Covid-19..... 3 2017-2021	
1.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian 6 di Toko Surya Florist	
2.1	Penelitian Terdahulu..... 22	
3.1	Operasional Variabel Penelitian 34	
3.2	Skala Likert 35	
3.3	<i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif 39	
3.4	<i>Rule of Thumb</i> Realibilitas <i>Outer Model</i> Reflektif 40	
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... 44	
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 47	
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 48	
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 48	
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi 49	
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan 49	
4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel..... 50 Kepercayaan	
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel..... 51 Variasi Produk	
4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel..... 52 Promosi Penjualan	
4.9	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel 53 Minat Pembelian	
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> 54	
4.11	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi)..... 56	
4.12	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>) 57	
4.13	Hasil Pengujian AVE 58	
4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterium</i>) 59	
4.15	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>).. 59	

4.16	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	60
4.17	Hasil Pengujian Multikolinearitas (<i>Inner VIF Model</i>).....	61
4.18	Nilai R^2 Variabel Endogen	61
4.19	Hasil Pengujian <i>f-Square</i>	62
4.20	Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk (<i>Q-Square</i>).....	63
4.21	Hasil Pengujian Hipotesis	64



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Penjualan Surya Florist Sebelum/Sesudah Pandemi Covid-19..... 4 2017-2021	
1.2	Bukti Permintaan Pesanan Toko Surya Florist..... 4	
2.1	Fungsi Manajemen Pemasaran 11	
2.2	Model AIDA..... 18	
2.3	Kerangka Pemikiran 29	
4.1	Hasil Algoritma PLS 55	
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) 56	
4.3	Hasil Uji <i>Boostrapping</i> 64	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	75
2	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden	78
3	Hasil Kuesioner Google <i>Form</i>	94
4	Hasil Olah Data PLS	101

