

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENILAIAN PELANGGAN
DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
MINAT PEMBELIAN
(Studi Pada Toko Ansjeans)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Muhamad Alfians Ramadan

NIM : 43119110333

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

**PENGARUH KEPERCAYAAN, PENILAIAN PELANGGAN
DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP
MINAT PEMBELIAN
(Studi Pada Toko Ansjeans)**

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



Nama : Muhamad Alfians Ramadan

NIM : 43119110333

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhamad Alfians Ramadan

NIM : 43119110333

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Maret 2024



Muhamad Alfians Ramadan

NIM: 43119110333

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Alfians Ramadan
NIM : 43119110333
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Penilaian Pelanggan dan Promosi Penjualan terhadap Minat Pembelian (Studi pada Toko Ansjeans)
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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 04243870



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini menguji tentang kepercayaan, penilaian pelanggan, promosi penjualan yang mempengaruhi minat pembelian pada Toko Ansjeans. Penelitian ini dilakukan terhadap 105 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, penilaian pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian dan promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian pada konsumen Toko Ansjeans.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Penilaian Pelanggan, Promosi Penjualan, Minat Pembelian.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRACT

This study examines the trust, customer review, sales promotion that influence customer buying to interest Toko Ansjeans. This study was conducted on 105 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, customer review 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 Ansjeans.

Keywords: Trust, Customer Review, 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, Penilaian Pelanggan dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Pembelian (Studi Pada Toko Ansjeans)”**.

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 Nita Oktaviani 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

Muhammad Alfians Ramadan

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	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kontribusi Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN.....	9
HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Manajemen Pemasaran.....	9
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
b. Fungsi Manajemen Pemasaran.....	10
2. Perilaku Konsumen	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen	11
b. Karakteristik Perilaku Konsumen	12
3. Minat Pembelian	16
a. Pengertian Minat Pembelian	16
b. Indikator Minat Pembelian.....	17
4. Kepercayaan	17
a. Pengertian Kepercayaan.....	17

b. Indikator Kepercayaan	18
5. Penilaian Pelanggan	18
a. Pengertian Penilaian Pelanggan	18
b. Indikator Penilaian Pelanggan.....	19
6. Promosi Penjualan.....	19
a. Pengertian Promosi Penjualan.....	19
b. Indikator Promosi Penjualan	19
7. Penelitian Terdahulu.....	19
B. Pengembangan Hipotesis.....	23
C. Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Waktu dan Tempat Penelitian	26
B. Desain Penelitian.....	26
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	27
1. Definisi Variabel	27
2. Operasionalisasi Variabel.....	29
D. Skala Pengukuran Variabel	30
E. Populasi dan Sampel Penelitian	31
1. Populasi	31
2. Sampel.....	31
F. Metode Pengumpulan Data	32
G. Metode Analisis Data	33
1. Analisis Deskriptif	33
2. PLS (<i>Partial Least Square</i>).....	33
3. Uji Hipotesis.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	41
B. Analisis Deskriptif	42
1. Karakteristik Responden	42
2. Deskriptif Jawaban Responden	45
C. Hasil Uji Kualitas Data	48

1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	48
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)...	53
D. Pembahasan Hasil Penelitian	58
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
A. Simpulan	60
B. Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	67



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian di Toko Ansjeans	5
2.1	Penelitian Terdahulu.....	19
3.1	Operasional Variabel Penelitian.....	29
3.2	Skala Likert	30
3.3	<i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif	35
3.4	<i>Rule of Thumb</i> Realibilitas <i>Outer Model</i> Reflektif.....	36
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	40
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	43
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	44
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	44
4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel..... Kepercayaan	45
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel..... Penilaian Pelanggan	46
4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel..... Promosi Penjualan	47
4.9	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	47
	Minat Pembelian	
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	49
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	50
4.12	Hasil Pengujian AVE	51
4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i>	52
4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i> ..	52
4.15	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	53
4.16	Hasil Pengujian Multikolinearitas (<i>Inner VIF Model</i>)	54
4.17	Nilai R^2 Variabel Endogen	54

4.18	Hasil Pengujian <i>f-Square</i>	55
4.19	Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk (<i>Q-Square</i>).....	56
4.20	Hasil Pengujian Hipotesis.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Hasil Penjualan Ansjeans 2017-2022.....	4
2.1	Fungsi Manajemen Pemasaran.....	10
2.2	Model AIDA.....	16
2.3	Kerangka Pemikiran.....	25
4.1	Hasil Algoritma PLS.....	49
4.2	Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian.....	67
2	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden	70
3	Hasil Kuesioner Google <i>Form</i>	85
4	Hasil Olah Data PLS	94

