

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO
(Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Swasta di Jakarta Barat)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Zulva Baihaqi Ramadhan

NIM : 43120010257

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO
(Studi Terhadap Mahasiswa Universitas Swasta di Jakarta Barat)**

Skripsi 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 : Zulva Baihaqi Ramadhan

NIM : 43120010257

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulva Baihaqi Ramadhan

NIM : 43120010257

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).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Juni 2023



Zulva Baihaqi Ramadhan

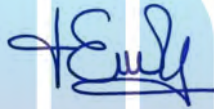
43120010257

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Zulva Baihaqi Ramadhan
NIM : 43120010257
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO (Studi Terhadap
Mahasiswa Universitas Swasta di Jakarta Barat)
Tanggal Sidang : 04 September 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Cut Edwina Safia Oebit, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04244393



Please Scan QRCode to [Verify](#)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli produk Erigo. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis kausal. Sampel yang digunakan sebanyak 153 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan teknik analisis yang digunakan bersifat deskriptif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk Erigo

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Promosi, Minat Beli.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, price, and promotion on buying interest of Erigo products. The type of research used in this research is quantitative and the research method used is causal analysis method. The sample used was 153 respondents. The sampling method used purposive sampling. The data analysis method uses Partial Least Square (PLS) with the analytical technique used is descriptive. The results of this study state that the product quality variable has a positive and significant effect on purchasing interest, price has a positive and significant effect on purchasing interest, promotion has a positive and significant effect on purchasing interest in Erigo products.

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion, and Buying/ Purchase Interest.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah melimpahkan segala hikmat sehingga peneliti dapat menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Selama menyusun skripsi ini, peneliti menyadari banyak menemukan dukungan dan hambatan. Namun berkat bimbingan dan arahan serta saran dari berbagai pihak serta pembimbing, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, dalam kesempatan ini izinkan peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M, Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM., PH.D selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
4. Ibu Cut Edwina Safia Oebit, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan saran, ilmu pengetahuan, dan nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Ibu Catur Widayati, Dr., SE., MM, selaku Ketua Penguji Sidang Akhir.
6. Ibu Dr. Aldina Shiratina, S.E., M.Si. selaku Anggota Penguji Sidang Akhir.

7. Seluruh dosen dan staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
8. Teristimewa, kedua orang tua, adik, dan keluarga saya yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti kepada saya serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada para sahabat saya dan teman-teman seperjuangan yang telah banyak memberikan dorongan untuk menyusun skripsi ini.
10. Teruntuk diri saya sendiri yang telah berjuang dalam menyusun skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk kritik dan saran serta masukan yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat mengubah pengetahuan khususnya bagi penulisi dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Juni 2023

Zulva Baihaqi Ramadhan

DAFTAR ISI

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.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Manajemen Pemasaran.....	11
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
b. Bauran Pemasaran.....	12
2. Perilaku Konsumen.....	13
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	13
b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumen	14
3. Minat Beli.....	18
a. Pengertian Minat Beli	18
b. Faktor-faktor yang memengaruhi Minat Beli	19
c. Dimensi Indikator Minat Beli.....	19
4. Kualitas Produk	20
a. Pengertian Kualitas Produk	20
b. Faktor-faktor yang memengaruhi Kualitas Produk	21
c. Dimensi Indikator Kualitas Produk	22
5. Harga	24

a. Pengertian Harga.....	24
b. Tujuan Penetapan Harga.....	24
c. Metode-metode Penetapan Harga.....	26
d. Dimensi Indikator Harga	28
6. Promosi.....	29
a. Pengertian Promosi.....	29
b. Tujuan Promosi.....	30
c. Bauran Promosi.....	31
d. Dimensi Indikator Promosi.....	32
7. Penelitian Terdahulu.....	34
B. Pengembangan Hipotesis.....	41
1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	42
2. Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	42
3. Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli.....	43
4. Kerangka Konseptual	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
B. Desain Penelitian	45
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	46
1. Definisi Variabel.....	46
2. Operasional Variabel	47
D. Skala Pengukuran	49
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
1. Populasi.....	50
2. Sampel	50
F. Metode Pengumpulan Data.....	51
G. Metode Analisa Data	52
1. Analisis Deskriptif.....	52
2. Analisis <i>Partial Least Square</i>	53
a. Pengertian analisis PLS (<i>Partial Least Square</i>)	53
b. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	54
c. Uji Model Struktural atau <i>Inner Model</i>	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Analisis Deskriptif.....	61

1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	61
2.	Deskripsi Responden	63
3.	Deskripsi Variabel	65
B.	Analisis <i>Partial Least Square</i>	72
1.	Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	72
2.	Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	79
C.	Pembahasan Hasil Penelitian	84
1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (H1).....	84
2.	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	85
3.	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	85
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	87
A.	Kesimpulan	87
B.	Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	95



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	Brand Distro Indonesia Yang Mampu Go International 2021	4
Tabel 1. 2	Pra-Survey	7
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	47
Tabel 3. 2	Skala Pengukuran Likert	49
Tabel 4. 1	Jenis Kelamin Responden.....	63
Tabel 4. 2	Usia Responden	63
Tabel 4. 3	Tingkat Pendapatan Perbulan Responden	64
Tabel 4. 4	Deskripsi Jawaban Variabel Minat Beli	65
Tabel 4. 5	Deskripsi Jawaban Variabel Kualitas Produk.....	66
Tabel 4. 6	Deskripsi Jawaban Variabel Harga	68
Tabel 4. 7	Deskripsi Jawaban Variabel Promosi.....	70
Tabel 4. 8	Hasil Pengujian Convergent Validity	73
Tabel 4. 9	Hasil Uji Discriminant Validity	75
Tabel 4. 10	Hasil Uji Average Variance Extracted	77
Tabel 4. 11	Hasil Uji Fornell-Larcker.....	77
Tabel 4. 12	Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4. 13	Hasil Uji R-Square (R ²)	80
Tabel 4. 14	Hasil Uji Q-Square (Q ²).....	81
Tabel 4. 15	Hasil Uji Hipotesis	82

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Konseptual	44
Gambar 4. 1	Hasil Algoritma Pls.....	73
Gambar 4. 2	Hasil Uji Bootsraping.....	82



DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Judul	Halaman
Lampiran 1	Pra Survey.....	95
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 3	Hasil Output Spss 27	103
Lampiran 4	Hasil Output Pls 4.....	108
Lampiran 5	Jawaban Responden.....	113

