

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK,  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN**

(Studi Kasus Kopi Kenangan Ruko Citra 7, Jakarta)

SKRIPSI



Nama : Irma Oktaviani

NIM : 43120010345

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

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

**2024**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irma Oktaviani

Nim : 43120010345

Progran 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 (perjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Agustus 2024



Irma Oktaviani

43120010345

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Irma Oktaviani  
NIM : 43120010345  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK,  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN (Studi Kasus Kopi Kenangan Ruko  
Citra 7, Jakarta)  
Tanggal Sidang : 22 Agustus 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Rachi Titi Ramadhani Sari, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

A handwritten signature in blue ink, positioned over the name of the Dean.

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

A handwritten signature in blue ink, positioned over the name of the Program Head.

Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 04244266



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian (Studi Kasus Kopi Kenangan Ruko Citra 7, Jakarta). Dari penelitian ini variabel Independen terdiri Harga, Promosi, dan Kualitas Produk dan variabel Dependennya Minat Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah yang ingin membeli produk Kopi Kenangan di Ruko Citra 7, Jakarta dengan jumlah sampel yang dipergunakan sebanyak 140 responden. Metode penelitian sampel menggunakan Teknik Purposive Sampling. Dengan metode pengumpulan data menggunakan Pra-Survei, dengan instrumen penelitian adalah Kuesioner. Metode penelitian analisis data menggunakan SPSS dan PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian, Promosi serta Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Produk, Minat Pembelian



## ABSTRACT

This research aims to determine the influence of price, promotion and product quality on purchasing interest (Case Study of Kopi Kenangan Ruko Citra 7, Jakarta). From this research, the independent variables consist of price, promotion and product quality and the dependent variable is purchase interest. The population in this study were those who wanted to buy Kopi Kenangan products at Ruko Citra 7, Jakarta with a sample size of 140 respondents. The sample research method uses Purposive Sampling Technique. The data collection method uses a Pre-Survey, with the research instrument being a Questionnaire. The data analysis research method uses SPSS and PLS. The research results show that price has no significant effect on purchase interest, promotion and product quality have a positive and significant effect on purchase interest.

Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Purchase Interest



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji syukur kehadiran Tuhan yang maha esa yang telah memberi dan karunia-Nya semata, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi **“Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian (Studi Kasus Kopi Kenangan Ruko Citra 7, Jakarta)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan Terima Kasih kepada Ibu Rachi Titi Ramadhani Sari, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, motivasi, ilmu dan nasehat yang bermanfaat kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan Terima Kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Eri Marlapa, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmu yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada peneliti.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Muhprod dan Ibu Mintarsih Terima Kasih telah memberikan semangat, dukungan, cinta, pengorbanan, doa, dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada peneliti serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Terima Kasih kepada diri sendiri atas usaha, kesabaran dan kerja keras yang ditunjukkan selama proses penulisan skripsi ini.
8. Semua pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima Kasih telah memberikan dukungan, bantuan, semangat, motivasi, inspirasi, dan doa dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sebagaimana manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan akibat terbatas pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 31 Juli 2024



Irma Oktaviani

43120010345

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	11
<b>BAB II KAJIAN TEORITAS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ....</b>	<b>13</b>
A. Kajian Teoritas .....	<b>13</b>
1. Manajemen Pemasaran.....	13
2. Perilaku Konsumen .....	13
3. Minat Pembelian .....	14
4. Harga.....	17
5. Promosi .....	19
6. Kualitas Produk.....	20



B. Penelitian Terdahulu.....	23
C. Pengembangan Hipotesis.....	27
D. Kerangka Konseptual .....	30
<b>E. Hipotesis .....</b>	<b>30</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	32
B. Desain Penelitian.....	32
C. Definisi dan Operasional Variabel .....	33
1. Definisi Variabel.....	33
2. Operasional Variabel .....	33
D. Skala Pengukuran Variabel .....	35
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
1. Populasi.....	36
2. Sampel.....	36
F. Metode Pengumpulan Data.....	38
G. Metode Analisa Data.....	38
1. Analisis Deskriptif .....	38
2. Analisis <i>Partial List Square</i> (PLS) .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan dan Subjek Penelitian .....	41
1. Objek Penelitian.....	41
2. Subjek Penelitian .....	42
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	43
1. Deskriptif Responden.....	43
2. Deskripsi Variabel .....	46

C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	49
1. Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	49
2. Model Struktural atau Uji Hipotesis ( <i>Inner Model</i> ).....	58
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>65</b>
A. Kesimpulan .....	65
B. Saran.....	66
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>72</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Hasil Pra Survey .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran Variabel.....	36
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	43
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	44
Tabel 4. 3 Domisili Responden.....	45
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden .....	46
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga .....	47
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi.....	47
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk .....	48
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Pembelian.....	48
Tabel 4. 9 Hasil pengujian Convergent Validity.....	50
Tabel 4. 10 Hasil Algorithm PLS (Sesudah Modifikasi).....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	54
Tabel 4. 12 Uji Discriminant Validity (Fornell Lacker) .....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait (HTMT))....	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Composite Reliability.....	57
Tabel 4. 15 Hasil Nilai R-Square .....	58
Tabel 4. 16 Hasil Nilai Goodness of Fit Model .....	59
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian Hipotesis Direct Effect .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kedai Kopi Lokal Terfavorit (2022) .....	2
Gambar 1. 2 Omzet Kopi Kenangan, Tembus Triliun Rupiah Per Tahun .....	4
Gambar 1. 3 Terjadinya penurunan Kopi Kenangan di bulan Agustus .....	5
Gambar 1. 4 Kolaborasi Marchendise dengan Kpop .....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	30
Gambar 4. 1 Hasil Algorithm PLS (Sebelum Modifikasi).....	51
Gambar 4. 2 Hasil Algorithm PLS (Sesudah Modifikasi) .....	53
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Bootstrapping.....	60

