

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UMYAS *BOUTIQUE***

Skripsi diajukan untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen

oleh

Sheila Zoya Rifanka

41183402180047



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM "45"

FAKULTAS EKONOMI

BEKASI

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UMYAS *BOUTIQUE***

Tanggal: 18 Januari 2023

Oleh,

Sheila Zoya Rifanka

NPM: 41183402180047

Disetujui,

Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



UNIVERSITAS ISLAM
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI

Isti Pujihastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UMYAS *BOUTIQUE***

Tanggal: 25 Januari 2023

Oleh,

Sheila Zoya Rifanka

NPM: 41183402180047

Diuji Oleh,

Penguji I



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Penguji II



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

Mengetahui,

Pembimbing



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi



UNIVERSITAS ISLAM
FAKULTAS EKONOMI
BEKASI

Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Ketua Jurusan Manajemen



Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sheila Zoya Rifanka
NPM : 41183402180047
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Email : sheilazoya.rifanka@gmail.com

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian saya yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Umyas *Boutique*” bebas dari plagiarisme yang telah ditentukan. Rujukan penulisan sudah sesuai dengan teknik penulisan karya ilmiah yang berlaku umum.

Apabila kemudian hari dapat dibuktikan adanya unsur plagiarism tersebut, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 25 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



(Sheila Zoya Rifanka)

ABSTRAK

Sheila Zoya Rifanka (41183402180047)

Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Umyas Boutique

xv + 127 halaman + 25 tabel + 2 gambar + 3 grafik + 1 diagram + 15 lampiran

Kata Kunci : Citra Merek, Promosi, Kualitas Produk, Minat Beli

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli, pengaruh promosi terhadap minat beli, pengaruh kualitas produk terhadap minat beli dan pengaruh di antara tiga variabel citra merek, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen Umyas Boutique.

Metode penelitian yang digunakan penulis adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Umyas Boutique. Data yang diperoleh dari hasil observasi, kuesioner, dan studi pustaka dengan pengambilan sampel penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* berjumlah 100 orang. Analisis data menggunakan uji statistic dan regresi berganda dengan program *statistical product and service solution 20* (SPSS 20).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek Umyas Boutique yaitu baik (rata-rata skor 4,03), promosi (rata-rata skor 4,06) dan kualitas produk (rata-rata skor 4,10) sehingga memberikan dampak positif pada minat beli mendekati baik (rata-rata skor 3,98).

Hasil analisis regresi berganda dengan program SPSS diperoleh citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Umyas Boutique dibuktikan t_{hitung} citra merek sebesar 4,901 dengan angka sig. 0,000. Lalu, promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Umyas Boutique dibuktikan t_{hitung} 2,043 dengan angka sig. 0,044. Dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Umyas Boutique dibuktikan t_{hitung} 3,599 dengan angka sig. 0,001. Pengaruh citra merek, promosi dan kualitas produk terhadap minat beli pada Umyas Boutique sebesar 85,7% sedangkan sisanya 14,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Kecenderungan perubahan minat beli konsumen Umyas Boutique tersebut dapat diprediksi melalui persamaan regresi berganda $Y = 1,185 + 0,504 (X_1) + 0,162 (X_2) + 0,290 (X_3)$ sig. berpengaruh simultan dibuktikan hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 191,868 dengan angka signifikansi 0,000.

Daftar Pustaka: 33 (2005 - 2022)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim.

Assalamualaikum wr. wb.

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan ridho-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Umyas *Boutique*”.

Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan kelulusan studi pada Program Sarjana (S-1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan bersemangat memberikan bimbingan, arahan, masukan, motivasi, dan perhatian kepada penulis sehingga penulis bersemangat untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Ibu Rinda Siaga Pangestuti, S.E., M.S.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, S-1, Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45”, Bekasi.
3. Ibu Isti Pujihastuti, S.E., M.E. selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Dosen dan semua staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi, Universitas Islam “45”, Bekasi yang telah memberikan pengetahuan dan bekal ilmu yang lebih baik.
5. Owner Umyas *Boutique* Ibu Sri Utamy, beserta staff yang bekerja di Umyas *Boutique* karena telah membantu memberikan dukungan, arahan dan bimbingan selama proses penelitian berlangsung.
6. Mamah Ngadiyah tercinta, dan Bapak Heru Susanto, serta adik tersayang Fabio Refian Sefa dan Roy Maphlindo. Terima kasih senantiasa memberikan do'a

tulus, kasih sayang, dukungan moral dan material sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Semoga penulis dapat membanggakan kalian.

7. Untuk suamiku tersayang M Iqbal Arditiyanto. Terima kasih untuk segala dukungan, do'a, kasih sayang, dan cinta yang telah diberikan, sehingga penulis selalu bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini tahap demi tahap.
8. Untuk Aretha Belvania Arditiyanto anakku tercinta, terima kasih sudah menjadi salah satu semangat terbesar penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk sahabat dan teman seperjuangan yaitu Risa Amelia yang selalu bersama-sama berjuang dalam perkuliahan dan penyusunan skripsi, selalu menghibur dan selalu memberikan support satu sama lain.
10. Untuk teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi khususnya teman-teman Manajemen pagi dan sore angkatan 2018 yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan, motivasi, masukkan, dan semoga pertemanan tetap terjalin erat.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan saran dan kritik yang dapat membangun dalam penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamualaikum wr. wb.

Bekasi, 25 Januari 2023
Penulis,

Sheila Zoya Rifanka

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR DIAGRAM	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Ruang Lingkup Dan Pembatasan Masalah	9
1.5 Sistematika Pelaporan.....	9
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Minat Beli	12
2.1.1 Pengertian Minat Beli	12
2.1.2 Faktor-Faktor Minat Beli.....	13
2.1.3 Indikator Minat Beli.....	14
2.2 Citra Merek	15
2.2.1 Pengertian Citra Merek.....	15
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	16

2.2.3 Indikator Citra Merek	17
2.2.4 Hubungan Antara Citra Merek Dan Minat Beli.....	18
2.3 Promosi	18
2.3.1 Pengertian Promosi.....	18
2.3.2 Strategi Promosi.....	19
2.3.3 Indikator Promosi	20
2.3.4 Hubungan Antara Promosi Dan Minat Beli.....	21
2.4 Kualitas Produk.....	21
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	21
2.4.2 Tujuan Kualitas	22
2.4.3 Indikator Kualitas Produk.....	22
2.4.4 Hubungan Antarakualitas Produk Dan Minat Beli.....	23
2.5 Penelitian Terdahulu	24
2.6 Kerangka Pemikiran.....	26
2.7 Hipotesis Penelitian	29
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Desain Penelitian	32
3.1.1 Metode Penelitian	32
3.1.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	32
3.1.3 Populasi Dan Sampel	33
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.1.5 Jenis Dan Sumber Data.....	34
3.2 Instrumen Penelitian Variabel Dan Pengukur Data	35
3.2.1 Variabel Citra Merek (X_1)	36
3.2.2 Variabel Promosi (X_2)	37
3.2.3 Variabel Kualitas Produk (X_3).....	38
3.2.4 Variabel Minat Beli (Y).....	39
3.3 Teknik Analisis Data.....	40

3.3.1 Uji Kualitas Data	40
3.3.1.1 Uji Validitas Data	40
3.3.1.2 Uji Reliabilitas	41
3.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.3.2.1 Uji Normalitas	42
3.3.2.2 Uji Multikolinieritas	43
3.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	44
3.5 Uji Hipotesis	45
3.5.1 Uji T (Uji Parsial)	45
3.5.2 Uji F (Simultan).....	45
3.5.3 Koefisien Determinasi (Adjuster R^2).....	46
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Hasil Penelitian	47
4.1.1 Sejarah Singkat Umyas Boutique	47
4.1.2 Logo Umyas Boutique	48
4.1.3 Visi Dan Misi Umyas Boutique.....	48
4.2 Hasil Pengolahan Data Statistik	48
4.2.1 Deskripsi Hasil Validasi Dan Reliabilitas	48
4.2.1.1 Validitas Instrumen Citra Merek (X_1)	49
4.2.1.2 Validitas Instrumen Promosi (X_2)	49
4.2.1.3 Validitas Instrumen Kualitas Produk (X_3).....	50
4.2.1.4 Validitas Instrumen Minat Beli (Y).....	51
4.2.1.5 Reliabilitas Instrumen.....	51
4.2.2 Deskripsi Data Responden.....	52
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Citra Merek (X_1).....	55
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Promosi (X_2).....	57
4.2.2.3 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_3)	58

4.2.2.4 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y)	60
4.2.3 Hasil Asumsi Klasik	62
4.2.3.1 Uji Normalitas	62
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas.....	64
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	64
4.2.4 Analisis Regresi Berganda.....	66
4.2.5 Uji Hipotesis	67
4.2.5.1 Uji T.....	68
4.2.5.2 Uji F	69
4.2.5.3 Koefisien Penentu (KP) Atau Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	71
4.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Umyas Boutique	71
4.3.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Umyas Boutique	73
4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Umyas Boutique	74
4.3.4 Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Umyas Boutique	75
4.4 Kelemahan Penelitian	76
BAB V	77
SIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Simpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	81
Lampiran-Lampiran	84

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Umyas Boutique 2019-2021	3
Tabel 1.2 Perbandingan Branding Image Pesaing	4
Tabel 1.3 Data Komplain Konsumen Umyas Boutique 2022.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Tabel Skala Likert	36
Tabel 3.2 Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi (R^2)	46
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	48
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Promosi	50
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Minat Beli	51
Tabel 4.5 Hasil Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	52
Tabel 4.6 Jumlah Sampel Dan Tingkat Pengembalian Kuesioner.....	52
Tabel 4.7 Data Karakteristik Responden Penelitian	53
Tabel 4.8 Skor Jawaban Responden Tentang Citra Merek.....	55
Tabel 4.9 Skor Jawaban Responden Tentang Promosi.....	57
Tabel 4.10 Skor Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk	58
Tabel 4.11 Skor Jawaban Responden Tentang Minat Beli	60
Tabel 4.12 Kolmogorov Smirnov	63
Tabel 4.13 Tabel Collinerarity Statistics	64
Tabel 4.14 Tabel Glejser.....	65
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Berganda	66
Tabel 4.16 Uji t	68
Tabel 4.17 Uji F	69
Tabel 4.18 Hasil Analisis Tabel Koefisien	70
Tabel 4.19 Rekapitulasi Hasil Pengolahan Data	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Postingan Reels Promosi Umyas Boutique.....	6
Gambar 4.1 Logo Umyas Boutique	48

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Normal Probability Histogram	62
Grafik 4.2 Normal Probability Plots	63
Grafik 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	65

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1 Alur Pikir Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Konsumen Umyas Boutique	28
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Analisis Uji Valisitas Dan Reliabilitas.....	91
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden.....	99
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik	111
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	114
Lampiran 6 Uji Hipotesis.....	115
Lampiran 7 Tabel Uji Kritis Korelasi R	116
Lampiran 8 Nilai Distribusi T.....	117
Lampiran 9 Nilai Distribusi F	118
Lampiran 10 Interview Prasurvey.....	119
Lampiran 11 Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi.....	120
Lampiran 12 Kartu Seminar Proposal.....	121
Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi.....	123
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	126
Lampiran 15 Hasil Turnitin	127

Lampiran 15

Hasil Turnitin

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN UMYAS BOUTIQUE

ORIGINALITY REPORT

18%	17%	7%	12%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.unismabekasi.ac.id Internet Source	2%
2	repository.umpri.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
4	repository.usd.ac.id Internet Source	1%
5	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
6	repositori.buddhidharma.ac.id Internet Source	<1%
7	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1%
8	Submitted to UPN Veteran Yogyakarta Student Paper	<1%
9	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	<1%