

**PENGARUH HARGA , KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
DI MONSTRACK ORIGINAL
GALAXY BEKASI**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh

**GUSTIA
2411806784**



**PROGRAM STUDI MANAGEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2022**



JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Proposal Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP MINAT BELI DI MONSTRACK ORIGINAL GALAXY
BEKASI**

Oleh:

Nama : Gustia
NIM : 2411806784
Jurusan : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 11 Agustus 2022

Dosen Pembimbing,

Ricky Rizkie, SE, MM

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Altatit Dianawati, S.Si, MM

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

LEMBARAN SIDANG

Skripsi Berjudul

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI DI MONSTRACK ORIGINAL GALAXY BEKASI**

Oleh:




Nama : GUSTIA
NIM : 2411806784
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 11 Agustus 2022
Waktu : 09:00 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

| | | |
|------------|-----------------------------|---|
| Ketua | : Mei Iswandi, S.E., M.M. | () |
| Anggota I | : Bambang Suntoro, S.E., MM | () |
| Anggota II | : Ricky Rizkie, S.E., MM | () |

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



Altatit Dianawati, S.Si, MM

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : GUSTIA
NIM : 2411806784
Jurusan : Manajemen
Nomor KTP : 1409066608990001
Alamat : Kp. Lubang Buaya RT. 001/007
Ds. Lubang Buaya Kec. Setu.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Promosi terhadap Minat Beli di MONSTRACK ORIGINAL GALAXY BEKASI ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 11 Agustus 2022



GUSTIA

NIM: 2411806784

ABSTRAK

GUSTIA. NIM 2411806784. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli di Monstrack Original Galaxy Bekasi

Pada saat ini Kondisi persaingan di dunia bisnis semakin ketat. Seorang pengusaha harus memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan strategi harga yang kompetitif dapat menjadi pertimbangan dalam minat beli konsumen, kemudian kualitas produk yang sesuai dimana pelanggan dimasa pandemi seperti ini lebih banyak memilih produk yang berkualitas sesuai kebutuhan, selain itu Promosi juga berpengaruh terhadap minat beli agar konsumen mengetahui promosi dan lain sebagainya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli di Monstrack Original Galaxy Bekasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian penjelasan (*explanatory*) dengan metode penelitian berupa pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Model analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Pemilihan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Adapun sampel tersebut berjumlah 100 responden.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa 57% faktor-faktor minat beli dapat dijelaskan oleh harga, lokasi dan promosi sedangkan sisanya 43% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, lokasi dan promosi secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan hasil analisis yaitu nilai $F_{hitung} (44,870) > F_{tabel} (2,700)$. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel harga menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (6,392)$, variabel kualitas produk menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (4,038)$, variabel promosi menunjukkan hasil analisis $t_{hitung} (9,456)$ maka secara parsial ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di Monstrack Original Galaxy Bekasi. Variabel yang dominan mempengaruhi minat beli di Monstrack Original Galaxy Bekasi adalah promosi

Kata kunci : harga, kualitas produk, promosi, minat beli.

ABSTRACT

GUSTIA. NIM 2411806784. The effect of price, product quality and promotion on buying interest at Monstrack Original Galaxy Bekasi

At this time the conditions of competition in the business world are getting tougher. An entrepreneur must take advantage of existing opportunities by using a competitive price strategy can be a consideration in consumer buying interest, then the quality of the product is appropriate where customers during a pandemic like this prefer quality products according to their needs, besides that promotions also affect buying interest so that consumers know promotions and so on.

The purpose of this study was to determine and analyze the effect of price, product quality and promotion on purchase intention at Monstrak Original Galaxy Bekasi. The type of research used is explanatory research with research methods in the form of data collection using questionnaires. The data analysis model used is multiple linear regression analysis. Sample selection was done by accidental sampling. The sample amounted to 100 respondents.

The results of the regression test showed that 57% of buying interest factors could be explained by price, location and promotion, while the remaining 43% was explained by other factors not examined in this study. While the results of the F test show that the price, location and promotion variables simultaneously have a positive and significant effect on buying interest with the results of the analysis that the value of $F_{count} (44.870) > F_{table} (2.700)$. The results of the t-test show that the price variable shows the results of the t-count analysis (6.392), the product quality variable shows the results of the t-count analysis (4.038), the promotion variable shows the results of the t-count analysis (9.456) then partially these three variables have a positive and significant effect on buying interest at Monstrack Original Galaxy Bekasi. The dominant variable influencing buying interest at Monstrack Original Galaxy Bekasi is promotion.

Keywords : harga, kualitas produk, promosi, minat beli

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa karena berkat nikmat, rahmat dan hidayahnya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini dengan tepat waktu. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli di Monstrack Original Galaxy Bekasi ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis melihat fenomena masyarakat yang semakin gemar untuk melakukan pembelian di berbagai toko Pakaian. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui model Fashion seperti apa yang di inginkan masyarakat dimasa yang akan datang.

Dalam proses penulisan, tentu penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak H. Nurdin Rifa'i, SE., MAP selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr. Sri Gambir Melati Hatta, SH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Ibu Altatit Dianawati, S.Si., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Bapak Ricky Rizkie, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia membimbing, mengarahkan serta memberi masukan dengan sabar dari awal sampai penulis selesai menyusun skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Prodi Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmunya hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang.
6. Para staf dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani

- keperluan penulis dengan sepenuh hati.
7. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2018 yang telah bersama-sama menjalani masa perkuliahan selama empat tahun ini dengan penuh suka cita, kalian luar biasa.
 8. M. Reza Wijaya yang sudah memberikan izin untuk peneliti melakukan penelitian.
 9. Ayahanda Alpian serta Ibunda Surti Hasyim yang telah memberikan doa, semangat, cinta dan kasih sayangnya kepada penulis sampai penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
 10. Teruntuk Mei Lorensta Napitupulu terima kasih atas waktu dan kerja samanya dalam membantu penulis menyusun skripsinya.
 11. Serta semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

Skripsi ini ditulis dengan sebaik-baiknya kemampuan dan pengetahuan penulis, namun apabila terdapat ketidaksempurnaan atau kesalahan, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran agar selanjutnya penulis bisa menulis dengan lebih baik. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga kita selalu diberi kesuksesan, amin.

Depok, 11 agustus 2022
Penulis,



GUSTIA
NIM: 2411806784

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN | ii |
| LEMBARAN SIDANG | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| BAB I | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah | 4 |
| 1.1.1 Adanya pesaing lainnya menawarkan harga yang lebih murah. | 4 |
| 1.1.2 Lebih banyaknya konsumen membeli secara online karena adanya harbonas (hari belanja online nasional)..... | 4 |
| 1.1.3 Banyaknya media sosial yang digunakan untuk promosi. | 4 |
| 1.1.4 Sablon Monstrack Original memiliki daya tahan yang masih kurang baik. | 4 |
| 1.3. Batasan Masalah..... | 4 |
| 1.4. Rumusan Masalah | 4 |
| 1.4.1 Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?..... | 4 |
| 1.4.2 Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?..... | 4 |
| 1.4.3 Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ? | 5 |
| 1.4.4 Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?..... | 5 |
| 1.5. Tujuan Penelitian..... | 5 |

| | |
|---|-----------|
| 1.5.1 Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ? | 5 |
| 1.5.2 Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ? | 5 |
| 1.5.3 Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ? | 5 |
| 1.5.4 Untuk mengetahui apakah secara simultan harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ? | 5 |
| 1.6. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| 1.7. Sistematika Penulisan..... | 6 |
| BAB II..... | 7 |
| 2.1. Landasan Teori | 7 |
| 2.1.1. Harga | 7 |
| 2.1.2. Kualitas Produk | 9 |
| 1. Pengertian Kualitas Produk..... | 9 |
| 2.1.3. Promosi..... | 10 |
| 1. Pengertian Promosi..... | 10 |
| 2. Bauran Promosi (promotion mix)..... | 11 |
| 3. Promosi Penjualan (sales promotion)..... | 12 |
| 2.1.4. Minat Beli..... | 14 |
| 2.1.5 Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.6 Kerangka Konseptual..... | 20 |
| BAB III | 22 |
| 3.1 Tempat dan Waktu Penelitian | 22 |
| 3.2 Jenis Penelitian | 22 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 23 |
| 3.3.1 Populasi..... | 23 |
| 3.3.2 Sampel | 23 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 24 |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel | 25 |
| 3.6 Variabel bebas | 25 |
| 1. Harga (X1)..... | 26 |
| 2. Kualitas Produk (X2)..... | 26 |

| | |
|--------------------------------------|-----------|
| 3. Promosi (X3) | 27 |
| 4. Variabel Terikat..... | 28 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 30 |
| BAB IV | 39 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 39 |
| 4.1..Hasil Penelitian..... | 39 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan | 39 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden..... | 40 |
| 4.1.3 Tanggapan Responden..... | 42 |
| 4.1.4 Hasil Uji Kualitas Data..... | 51 |
| 4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik | 55 |
| 4.1.6 Hasil Uji Hipotesis..... | 58 |
| 4.2 Pembahasan | 62 |
| BAB V..... | 64 |
| SIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| 5.1 Simpulan..... | 64 |
| 5.2 Saran..... | 64 |
| DAFTAR PUSTAKA | 66 |
| LAMPIRAN..... | 68 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Data Penjualan dan Jumlah Konsumen Monstrack | 4 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 19 |
| Tabel 3.1 Jadwal Penelitian..... | 22 |
| Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 29 |
| Tabel 3.3 Angka Penafsiran | 31 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden | 41 |
| Tabel 4.2 Tanggapan Responden Atas Variabel Harga | 43 |
| Tabel 4.3 Tanggapan Responden Atas Variabel Kualitas Produk | 45 |
| Tabel 4.4 Tanggapan Responden Atas Variabel Promosi..... | 48 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Responden Atas Variabel Minat Beli..... | 50 |
| Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Harga..... | 52 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk | 53 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Promosi..... | 53 |
| Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Minat Beli | 54 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Relibilitas..... | 55 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas (Tolerance dan VIF) | 57 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Berganda | 59 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji t (Uji Parsial) | 60 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji F (Uji Simultan)..... | 61 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji F (Uji Simultan)..... | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian | 20 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas..... | 56 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas..... | 56 |
| Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedestisitas Dengan Pendekatan Grafik | 58 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian | 67 |
| Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian | 68 |
| Lampiran 3. Tabulasi | 73 |
| Lampiran 4. Hasil Output SPSS..... | 75 |
| Lampiran 5. Kartu Bimbingan | 84 |
| Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup..... | 85 |
| Lampiran 7. Tabel F, r dan t..... | 86 |