

**PENGARUH CITRA MEREK, ULASAN KONSUMEN
DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
CELANA JEANS JINISO.ID PADA GENERASI Z
DI KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Azizah Nur Syamsiyah

201910325305



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Ulasan Konsumen
dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli
Celana Jeans Jiniso.id pada Generasi Z di
Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Azizah Nur Syamsiyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325305

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Januari 2023

Jakarta, 13 Januari 2023

MENYETUJUI,
Pembimbing



Widi Winarso, S.E., M.M

NIDN. 0319067606

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Ulasan Konsumen
Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli
Celana Jeans Jiniso.Id Pada Generasi Z di
Kota Bekasi

Nama Mahasiswa : Azizah Nur Syamsiyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325305

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Januari 2023

Jakarta, 13 Januari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Dewi Sri Woelandari, P.G.,S.E.,M.Sc
NIDN 0303017106


Penguji I : M.Fadhli Nursal, S.E.,M.M
NIDN 0325057908

Penguji II : Widi Winarso, S.E.,M.M
NIDN 0319067606



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen




Dr. Hadita, S.Pd., M.M

NIDN 0329048302

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul

Pengaruh Citra Merek, Ulasan Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Celana Jeans Jiniso.id Pada Generasi Z di Kota Bekasi.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 09 Januari 2023

Yang membuat
pernyataan,



Azizah Nur Syamsiyah

201910325305

ABSTRAK

Azizah Nur Syamsiyah 201910325305. Pengaruh Citra Merek, Ulasan Konsumen dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Celana jeans jiniso.id pada Generasi Z di Kota Bekasi

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu Citra merek, ulasan konsumen dan kualitas produk, variabel terikat minat beli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen celana jeans jiniso.id sesuai dengan kriteria yaitu perempuan, usia 15-17 tahun, dan berdomisili di Bekasi dengan teknik pengambilan sampel yaitu purposive sampling dengan rumus Hair dan metode Analisis Data Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil penelitian, dalam uji parsial (T) variabel Citra Merek memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap Minat Beli dengan nilai 2.982 (t-hitung) > 1.66235 (t-tabel) dengan nilai signifikan $0.004 < 0.05$ yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap minat beli. Variabel Ulasan Konsumen memiliki pengaruh negatif terhadap Minat Beli dengan nilai (t-hitung) $-0.271 < 1.66235$ (t-tabel) dengan nilai signifikan $0.787 > 0.05$ yang menyatakan bahwa ulasan konsumen tidak berpengaruh terhadap minat beli dan Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap Minat Beli dengan nilai 4.373 (t-hitung) > 1.66235 (t-tabel) dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$ yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli. Selanjutnya dalam uji simultan (f) Variabel Citra Merek, Ulasan Konsumen dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif terhadap Variabel Minat Beli dengan nilai (f-hitung) sebesar $29.207 > 2.71$ (f-tabel) dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Kemudian uji determinasi (R^2) dihasilkan bahwa korelasi antara tiga variabel Citra Merek (X_1), Ulasan Konsumen (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) terhadap Minat Beli (Y) sebesar 48.7%.

Kata kunci: Citra Merek, Ulasan Konsumen, Kualitas produk, Minat beli

ABSTRACT

Azizah Nur Syamsiyah 201910325305. *The Influence of Brand Image, Consumer Reviews and Product Quality on Intention to Buy Jiniso.id Jeans in Generation Z in Bekasi City*

This research aims to determine simultaneously and partially the independent variables, namely brand image, consumer reviews and product quality, the dependent variable is buying interest. The method used in this research is a quantitative method. The population in this study were all consumers of jiniso.id jeans according to the criteria, namely women, aged 15-17 years, and domiciled in Bekasi. The sampling technique was purposive sampling with the hair formula and the Multiple Linear Regression Data Analysis method. Based on the results of the study, in the partial test (T) the Brand Image variable has a partial positive effect on Purchase Intention with a value of 2.982 (t-count) > 1.66235 (t-table) with a significant value of 0.004 < 0.05 which states that brand image has an effect on interest buy. Consumer Reviews variable has a negative influence on Purchase Intention with a value (t-count) -0.271 < 1.66235 (t-table) with a significant value of 0.787 > 0.05 which states that consumer reviews have no effect on purchase intention and Product Quality Variable has a positive influence partially to Purchase Interest with a value of 4.373 (t-count) > 1.66235 (t-table) with a significant value of 0.000 < 0.05 which states that product quality affects purchase intention. Furthermore, in the simultaneous test (f) the Variable Brand Image, Consumer Reviews and Product Quality simultaneously have a positive effect on the Purchase Intention Variable with a value (f-count) of 29,207 > 2.71 (f-table) with a significant value of 0,000 < 0.05. Then the determination test (R²) resulted in a correlation between the three variables Brand Image (X1), Consumer Reviews (X2) and Product Quality (X3) on Purchase Intention (Y) of 48.7%.

Keywords: *Brand Image, Consumer Reviews, Product quality, Purchase intention*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji dan syukur atas khadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, ULASAN KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI CELANA JEANS JINISO.ID PADA GENERASI Z DI KOTA BEKASI)“** . Penyusunan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari jika skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa terdapatnya dukungan, bantuan, bimbingan serta nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus- tulusnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H.,M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E.,M.S.Ak, selaku kepala Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Univesitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd.,M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
4. Bapak Hasanuddin, S.I.P.,M.A, selaku Dosen Pembimbing Akademik, Terima kasih atas motivasi dan saran yang diberikan kepada saya sehingga saya merasa yakin untuk mengambil skripsi ini dengan cepat. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.
5. Bapak Widi Winarso, S.E.,M.M, selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya, Terima kasih atas bimbingan, saran dan semangat yang diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan semaksimal mungkin. Semoga bapak selalu diberi kesehatan dan lindungan oleh Allah SWT.
6. Bapak Marsan Samsudin (Alm) dan Sri Sutinah selaku orang tua saya dan Dinar Akmal Maulana selaku adik saya yang sangat saya cintai serta keluarga

yang selalu memberikan dukungan berupa do'a, materi, motivasi, dan harapan agar tetap semangat dalam kuliah dan menyelesaikan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen serta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga bagi saya selama menjalani masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Untuk Diri sendiri, Terima kasih banyak karena sudah mampu bertahan sampai akhir penyusunan skripsi ini.
9. Teman seperjuangan skripsi selama penyusunan skripsi ini Alfianti, Ayu Lestari, Dara Ayu Puspita, Rofiyta Miladiyah yang sangat suportif dan semangat yang luar biasa untuk berjuang mengerjakan skripsi.
10. Sahabat saya Anisa Putri Bintari dan Meyke Erlianda yang selalu memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama masih sekolah hingga kuliah.
11. Kakak tingkat serta teman-teman selama kuliah yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang turut memberikan semangat, dukungan dan bantuan selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan-kekurangan, maka dengan segala kerendahan hati penulis menerima saran dan kritik pembaca.

Waassalamu'alaikum wr.wb

Jakarta, 09 Januari 2023

Penulis

Azizah Nur Syamsiyah

201910325305

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Citra Merek.....	6
2.1.1 Pengertian Citra Merek	6
2.1.2 Manfaat Citra Merek.....	7
2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	7
2.1.4 Indikator Citra Merek	8
2.2 Ulasan Konsumen (<i>customer review</i>).....	9
2.2.1 Pengertian Ulasan Konsumen.....	9
2.2.2 Indikator Ulasan Konsumen	10
2.2.3 Faktor Yang Mempengaruhi Ulasan Konsumen	11
2.3 Kualitas produk.....	12
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	12
2.3.2 Indikator Kualitas Produk	13
2.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	14

2.4 Minat Beli	15
2.4.1 Pengertian Minat Beli	15
2.4.2 Indikator Minat Beli	16
2.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	16
2.5 Peneliti Terdahulu.....	17
2.6 Kerangka Pemikiran	28
2.7 Pengajuan Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Tahapan Penelitian.....	30
3.2.1 Tahap Perencanaan	30
3.2.2 Tahap Pelaksanaan.....	31
3.2.3 Tahap Penulisan	31
3.3 Model Konseptual Penelitian	31
3.4 Operasionalisasi Variabel	33
3.4.1 Pengertian Variabel.....	33
3.5 Objek Dan Tempat Penelitian	34
3.6 Metode Pengambilan Populasi Dan Sampel.....	34
3.6.1 Populasi Penelitian.....	34
3.6.2 Sampel Penelitian.....	35
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7.1 Jenis Data.....	36
3.7.2 Teknik Pengambilan Data.....	36
3.7.3 Teknik Pengukuran.....	36
3.8 Jenis Dan Sumber Data	37
3.8.1 Jenis Data.....	37
3.8.2 Sumber Data	37
3.9 Metode Analisis Data	38
3.9.1 Uji Validitas.....	38
3.9.2 Uji Reabilitas	38
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.9.4 Uji Hipotesis Statistik.....	39
3.9.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	40

3.9.6 Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum	42
4.1.1 Profil Brand.....	42
4.1.2 Sejarah Singkat Jiniso.id.....	42
4.1.3 Visi	43
4.1.4 Misi	43
4.1.5 Logo Perusahaan.....	43
4.2 Hasil Penelitian	43
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioener.....	43
4.3 Uji Kualitas Data	48
4.3.1 Uji Validitas	48
4.3.2 Uji Reabilitas	51
4.4 Uji Asumsi Klasik	52
4.4.1 Uji Normalitas.....	52
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	54
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	55
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.6 Uji Hipotesis.....	58
4.6.1 Uji T (Uji Parsial).....	58
4.6.2 Uji F (Uji Simultan)	60
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	61
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Keterbatasan	66
5.3 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3. 2 Skala Likert	37
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	46
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Rekomendasi Pembelian	47
Tabel 4. 6 Uji Validitas Citra Merek (X1)	48
Tabel 4. 7 Uji Validitas Ulasan Konsumen (X2)	49
Tabel 4. 8 Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	49
Tabel 4. 9 Uji Validitas Minat Beli (Y)	50
Tabel 4. 10 Uji Reabilitas Citra Merek (X1).....	51
Tabel 4. 11 Uji Reabilitas Ulasan Konsumen (X2).....	51
Tabel 4. 12 Uji Reabilitas Kualitas Produk (X3)	52
Tabel 4. 13 Uji Reabilitas Minat Beli (Y).....	52
Tabel 4. 14 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	53
Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4. 16 Analisis Regresi Linier Berganda	57
Tabel 4. 17 Hasil Uji T (Parsial)	59
Tabel 4. 18 Uji F (Simultan)	60
Tabel 4. 19 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	61
Tabel 4. 20 Ringkasan Hipotesis.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3. 1 Model konseptual Penelitian beserta Indikator Variabel	32
Gambar 4. 1 Logo Jiniso.id.....	43
Gambar 4. 2 Uji Normalitas	54
Gambar 4. 3 Uji Heterokedastisitas	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme

Lampiran 2 Uji Referensi Skripsi

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Tabulasi Hasil Kuesioner

Lampiran 5 Output Spss

Lampiran 6 Buku Bimbingan

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

