

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PAKAIAN DI H&M SUMMARECON MALL BEKASI**

SKRIPSI

Oleh :

Rofiyta Miladiyah

201910325300



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

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Pakaian di H&M Summarecon Mall Bekasi

Nama Mahasiswa : Rofiyta Miladiyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325300

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 09 Januari 2023

Jakarta, 12 Januari 2023

MENYETUJUI,
Pembimbing



Neng Siti Komariah S.E., M.M.

NIDN 0327128105

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Pakaian di H&M Sumarecon Mall Bekasi

Nama Mahasiswa : Rofiyta Miladiyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325300

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Sidang : 9 Januari 2023

Jakarta, 12 Januari 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguj : Widi Winarso, S.E.,M.M
NIDN : 0319067606


Penguji I : Agus Dharmanto, S.E.,M.M
NIDN : 0305087310

Penguji II : Neng Siti Komariah, S.E.,M.M
NIDN : 0327128105



MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Hadita, S.Pd., MM

NIDN : 032904832

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 Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian di H&M Summarecon Mall Bekasi” 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 di temukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini untuk dipinjamkan dan digunakan 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, 12 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan



Rofiyta Miladiyah

NPM 201910325300

ABSTRAK

Rofiyta Miladiyah 201910325300. Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Pakaian H&M Summarecon Mall Bekasi

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu Harga, Citra Merek dan kualitas produk, variabel terikat minat beli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana dalam penelitian ini menggunakan perhitungan Purposive Sampling dengan rumus hair. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pakaian H&M dengan sampel 95 responden. Berdasarkan hasil penelitian, dalam uji parsial (T) variabel Harga memiliki pengaruh negatif secara parsial terhadap Minat Beli dengan nilai $0,534$ (t-hitung) < 1.66140 (t-tabel) dengan nilai signifikan $0.594 > 0.05$. variabel Citra Merek memiliki pengaruh negatif terhadap Minat Beli dengan nilai (t-hitung) $1.461 < 1.66140$ (t-tabel) dengan nilai signifikan $0.148 > 0.05$ dan Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh positif secara parsial terhadap Minat Beli dengan nilai 5.409 (t-hitung) > 1.66140 (t-tabel) dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Selanjutnya dalam uji simultan (f) Variabel Harga, Citra merek dan Kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap Variabel Minat Beli dengan nilai (f-hitung) sebesar $34.195 > 2.70$ (f-tabel) dengan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Kemudian uji determinasi (R²) dihasilkan bahwa korelasi antara tiga variabel Harga (X1), Citra Merek (X2) dan Kualitas Produk (X3) terhadap Minat Beli (Y) sebesar 52.8%.

Kata kunci : Harga, Citra merek, Kualitas produk, Minat beli

ABSTRACT

Rofiyta Miladiyah 201910325300. *The Influence of Price, Brand Image and Product Quality on Interest to Buy H&M Clothing Summarecon Mall Bekasi*

This research aims to determine simultaneously and partially the independent variables, namely price, brand image and product quality, the dependent variable is buying interest. The method used in this study is a quantitative method, which in this study uses purposive sampling calculations with the hair formula. The population in this study were all consumers of H&M clothing with a sample of 95 respondents. Based on the results of the study, in the partial test (T) the price variable has a partial negative effect on Purchase Intention with a value of 0.534 (t-count) < 1.66140 (t-table) with a significant value of 0.594 > 0.05. Brand Image variable has a negative effect on Purchase Intention with a value (t-count) of 1.461 < 1.66140 (t-table) with a significant value of 0.148 > 0.05 and Product Quality Variable has a partial positive effect on Purchase Intention with a value of 5.409 (t-count) > 1.66140 (t-table) with a significant value of 0.000 < 0.05. Furthermore, in the simultaneous test (f) the price, brand image and product quality variables simultaneously have a positive effect on the purchase intention variable with a value (f-count) of 34.195 > 2.70 (f-table) with a significant value of 0.000 < 0.05. Then the determination test (R²) resulted in a correlation between the three variables Price (X1), Brand Image (X2) and Product Quality (X3) on Purchase Intention (Y) of 52.8%.

Keywords : *Price, Brand image, Product quality, Purchase intention*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian di H&M Summarecon Mall Bekasi”**, guna memenuhi salah satu syarat untuk melanjutkan penelitian tugas akhir. Oleh karena itu, dari hati yang paling dalam penulis menyampaikan ucapan terimakasih khususnya kepada :

1. Irjen Pol. (purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih, S.E.,M.S.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Hadita, S.Pd.,M.M., selaku Kaprodi Manajemen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Hasanuddin, S.IP., M.AP., selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Neng Siti Komariah, SE.,M.M., selaku Dosen Pembimbing peneliti telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan tugas akhir.
6. Orang tua saya bapak Kiman, dan Ibu Turyanah beserta Keluarga saya yang telah memberi doa, dorongan, bantuan, dukungan, material serta moral.
7. Seluruh sahabat saya Nala, Lipid, Azizah, Alfianti, Ayu, Dara, dari kampus yang kekompakannya selalu membuat penulis semangat dan optimis.
8. Terimakasih untuk Diri sendiri, karena udah mampu bertahan sampai akhir penyusunan skripsi ini.

Jakarta , 9 Januari 2023

Rofiyta Miladiyah

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan. |
| LEMBAR PERNYATAAN | iii |
| ABSTRAK | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Batasan masalah..... | 4 |
| 1.3 Rumusan masalah..... | 4 |
| 1.4 Tujuan penelitian | 5 |
| 1.5 Manfaat penelitian..... | 5 |
| 1.6 Sistematika penulisan..... | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Harga..... | 7 |
| 2.1.1 Pengertian Harga..... | 7 |
| 2.1.2 Tujuan Harga..... | 7 |
| 2.1.3 Faktor-Faktor Harga..... | 8 |
| 2.1.4 Indikator Harga | 8 |
| 2.2 Citra Merek..... | 9 |
| 2.2.1 Pengertian Citra Merek | 9 |
| 2.2.2 Faktor yang mempengaruhi citra merek | 9 |
| 2.2.3 Indikator Citra Merek..... | 10 |
| 2.3 Kualitas Produk..... | 10 |
| 2.3.1 Pengertian Kualitas Produk..... | 10 |
| 2.3.2 Indikator Kualitas Produk | 11 |
| 2.3.3 Faktor yang mempengaruhi Kualitas produk | 11 |

| | |
|--------------------------------------------------|-----------|
| 2.4 Minat Beli..... | 12 |
| 2.4.1 Pengertian Minat Beli | 12 |
| 2.4.2 Indikator Minat Beli..... | 13 |
| 2.4.3 Faktor yang mempengaruhi Minat Beli | 14 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu | 14 |
| 2.6 Kerangka Pemikiran..... | 20 |
| 2.7 Hipotesis Penelitian..... | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 23 |
| 3.1 Jenis penelitian..... | 23 |
| 3.2 Tahapan Penelitian | 23 |
| 3.3 Model Konseptual | 24 |
| 3.4 Operasional Variabel..... | 26 |
| 3.4.1 Variabel independen..... | 26 |
| 3.4.2 Variabel Dependen..... | 26 |
| 3.5 Waktu dan Tempat penelitian | 27 |
| 3.5.1 Waktu Penelitian | 27 |
| 3.5.2 Tempat Penelitian..... | 27 |
| 3.6 Metode Pengambilan Sampel dan Populasi | 27 |
| 3.6.1 Populasi Penelitian..... | 27 |
| 3.6.2 Sampel Penelitian..... | 28 |
| 3.7 Teknik Pengambilan Data | 29 |
| 3.8 Sumber Data..... | 29 |
| 3.9 Metode Pengumpulan Data | 29 |
| 3.10 Metode Analisis Data..... | 30 |
| 3.10.1 Uji Validitas | 30 |
| 3.10.2 Uji Reliabilitas | 31 |
| 3.10.3 Uji Asumsi Klasik..... | 31 |
| 3.11 Uji Hipotesis Statistik | 32 |
| 3.12 Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 33 |
| 3.12.1 Uji Hipotesis | 33 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 35 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... | 35 |
| A. Sejarah Perusahaan..... | 35 |

| | |
|-----------------------------------------------------------|-----------|
| B.Visi | 35 |
| C.Misi..... | 36 |
| D.Logo Perusahaan | 36 |
| 4.2 Penyebaran dan Pengumpulan kuisioner..... | 36 |
| 1.Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 37 |
| 2.Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 38 |
| 4.3 Uji Kualitas Data | 38 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 38 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas | 41 |
| 4.4 Uji Asumsi Klasik | 42 |
| 4.4.1 Uji Normalitas..... | 42 |
| 4.4.2 Uji Multikolinieritas..... | 43 |
| 4.4.3 Uji Heterokedastisitas | 44 |
| 4.5 Analisis Linear Berganda | 45 |
| 4.6 Uji Hipotesis..... | 46 |
| 4.6.1 Uji T (Uji Parsial)..... | 46 |
| 4.6.2 Uji F | 47 |
| 4.6.3 Uji Koefisien Determinan (R^2) | 48 |
| 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian | 49 |
| BAB V PENUTUP | 53 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 53 |
| 5.2 Saran..... | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA | 55 |
| LAMPIRAN | 58 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1Daftar Perbandingan Harga..... | 2 |
| Tabel 2. 1Penelitian Terdahulu | 14 |
| Tabel 3. 1 operasional variabel | 26 |
| Tabel 3. 2 Skala likert | 30 |
| Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran Dan Penerimaan Kuisisoner..... | 37 |
| Tabel 4. 2 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin | 37 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 38 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Harga (X1) | 39 |
| Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X2)..... | 39 |
| Tabel 4. 6Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3) | 40 |
| Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)..... | 40 |
| Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X1)..... | 41 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov | 43 |
| Tabel 4. 10 Uji Multikolinieritas..... | 43 |
| Tabel 4. 11 Analisis Linear Berganda..... | 45 |
| Tabel 4. 12Uji T | 47 |
| Tabel 4. 13 Uji F | 48 |
| Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 49 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2. 1 Model Teoritik | 21 |
| Gambar 3. 1 Model konseptual Penelitian beserta Indikator Variabel. | 25 |
| Gambar 4. 2 Logo H&M..... | 36 |
| Gambar 4. 3 Grafik Normal P-P Plot..... | 42 |
| Gambar 4. 4 Grafik Scatter Plot..... | 44 |



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji plagiarisme skripsi

Lampiran 1 Uji plagiarisme skripsi

Lampiran 2 Uji referensi skripsi

Lampiran 3 Kuesioner penelitian

Lampiran 4 Tabulasi data harga (x1)

Lampiran 5 Tabulasi data citra merek (x2)

Lampiran 6 Tabulasi data kualitas produk (x3)

Lampiran 7 Tabulasi data minat beli (y)

Lampiran 8 Data spss

Lampiran 9 Daftar riwayat hidup

