

**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT BELI MEREK LOKAL ERIGO
SKRIPSI**



**Disusun oleh :
Amelia Pangestutik
(201810325441)**

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan Dan
Kualitas Produk Terhadap Minat Beli
Merek Lokal Erigo

Nama Mahasiswa : Amelia Pangestutik

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325441

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Januari 2022



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Penjualan Dan
Kualitas Produk Terhadap Minat Beli
Merek Lokal Erigo

Nama Mahasiswa : Amelia Pangestutik

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325441

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 20 Januari 2022

Jakarta, 24 Januari 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN 0325057908

Penguji I : Neng Siti Komariah, S.E., M.M

NIDN 0327128105

Penguji II : Andrian, S.E., M.M

NIDN 0321077102

MENGETAHUI,

Ketua Progam Studi

Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hadita S.Pd., M.M

NIDN 0329048302

Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP

NIDN 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Sales Promotion Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Merek Lokal Erigo ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian 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 memberi 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, 2 Januari 2022
Yang membuat pernyataan,



Amelia Pangestutik
201810325441

ABSTRAK

Amelia Pangestutik. 201810325441. Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Merek Lokal Erigo.

Saat ini *trend fashion* sangat berkembang dikalangan konsumen, salah satunya adalah merek lokal. Untuk mendorong penjualan produk dan memenuhi keinginan konsumen adalah dengan menawarkan promosi penjualan dan kualitas produknya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh promosi penjualan dan kualitas produk terhadap minat beli merek lokal Erigo. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan data yang diperoleh melalui kuesioner *Google Form* yang disebarakan kepada 155 responden berdasarkan ketentuan sampel menggunakan *purposive sampling*. Penentuan rumus sampel menggunakan rumus Hair. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan dan kualitas produk secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli merek lokal Erigo.

Kata Kunci : Promosi Penjualan, Kualitas Produk, dan Minat Beli

ABSTRACT

Amelia pangestutik. 201810325441. *The Effect of Sales Promotion and Product Quality on Buying Interest in The Erigo Local Brand.*

Currently fashion trend is growing among consumers, one of which is a local brand. To encourage product sales and fulfill consumer desires is to offer sales promotions and product quality. This study aims to examine the effect of sales promotion and product quality on buying interest in the local brand Erigo. The population in this study is unknown. The method used is a quantitative method with data obtained through a Google Form distributed to 155 respondents based on the provisions of the sample using purposive sampling. Determination of the sample formula using the Hair formula. Hypothesis testing in this study used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that the variables of sales promotion and product quality partially and simultaneously have a significant effect on buying interest in the local brand Erigo..

Keywords: Sales Promotion, Product Quality, and Buying Interest

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia Nya peneliti dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir atau skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Merek Lokal Erigo”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat akademik untuk mencapai gelar sarjana ekonomi program studi manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari pembaca. Namun, peneliti menyadari tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka penulisan tugas akhir ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih Sastrodiharjo, CA., CSRA., CMA., CACP. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd., MM. Selaku Ketua Progam Studi Manajemen Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Hj. Beti Nurbaiti, STP, ME, Selaku Dosen Perwakilan Akademik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
5. Ibu Neng Siti Komariah, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing Yang Telah Memberikan Berbagai Ilmu, Bimbingan, Doa, Waktu dalam proses penulisan skripsi sehingga skripsi berjalan dengan lancar.
6. Kepada orang tua dan adik saya, yang selalu mendoakan, memberi motivasi, dan semangat yang tiada hentinya.
7. Dan teman-teman Ekonomi Manajemen Angkatan 2018 yang berjuang dengan peneliti selama 4 tahun ini.

8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satupersatu secara langsung, yang telah memberikan bantuannya kepada peneliti hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dalam pengumpulan data. Dan pihak-pihak yang terlibat baik langsung atau tidak langsung.

Akhir kata, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu atas bantuannya dalam hal penyusunan skripsi ini. Semoga kita senantiasa diberkahi oleh Allah SWT.

Bekasi, 30 Desember 2021

Amelia Pangestutik



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Batasan Masalah.....	7
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.2 Promosi Penjualan	10
2.2.1 Pengertian Promosi Penjualan	10
2.2.2 Tujuan Promosi Penjualan	11
2.2.3 Indikator Promosi Penjualan	12

2.3	Kualitas Produk	13
2.3.1	Pengertian Kualitas Produk.....	13
2.3.2	Indikator-Indikator Kualitas Produk	14
2.3.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	14
2.4	Minat Beli	15
2.4.1	Pengertian Minat Beli	15
2.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	16
2.4.3	Indikator-Indikator Minat Beli	16
2.5	Penelitian Terdahulu.....	17
2.6	Kerangka Berpikir	24
2.7	Pengaruh Antar Variabel	24
2.7.1	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli	24
2.7.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	24
2.8	Pengembangan Hipotesis	25
2.8.1	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli	25
2.8.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	25
2.8.3	Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		27
1.1	Desain Penelitian	27
1.2	Tahapan Penelitian	28
3.3	Model Konseptual Penelitian	28
3.4	Operasional Variabel	30
3.5	Waktu Dan Tempat Penelitian	32
3.5.1	Tempat Penelitian.....	32
3.5.2	Waktu Penelitian	32

3.6	Populasi Dan Sampel.....	32
3.6.1	Populasi.....	32
3.6.2	Sampel.....	32
3.7	Metode Pengumpulan Data	33
3.7.1	Jenis Dan Sumber Data	33
3.7.2	Kuesioner	33
3.8	Metode Analisis Data	34
3.9	Uji Kualitas Data	34
3.9.1	Uji Validitas	34
3.9.2	Uji Reliabilitas	34
3.10	Uji Asumsi Klasik	35
3.10.1	Uji Normalitas.....	35
3.10.2	Uji Multikolinearitas	35
3.10.3	Uji Heterokedastisitas	35
3.11	Uji Hipotesis.....	36
3.11.1	Regresi Linear Berganda.....	36
3.11.2	Uji T (uji parsial).....	36
3.11.3	Uji F (Uji Simultan)	37
3.11.4	Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	39
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	39
4.1.2	Visi Dan Misi Erigo	40
4.1.3	Struktur Organisasi	40
4.1.4	Logo Brand Dan Logo Perusahaan	41
4.2	Hasil kuesioner	41

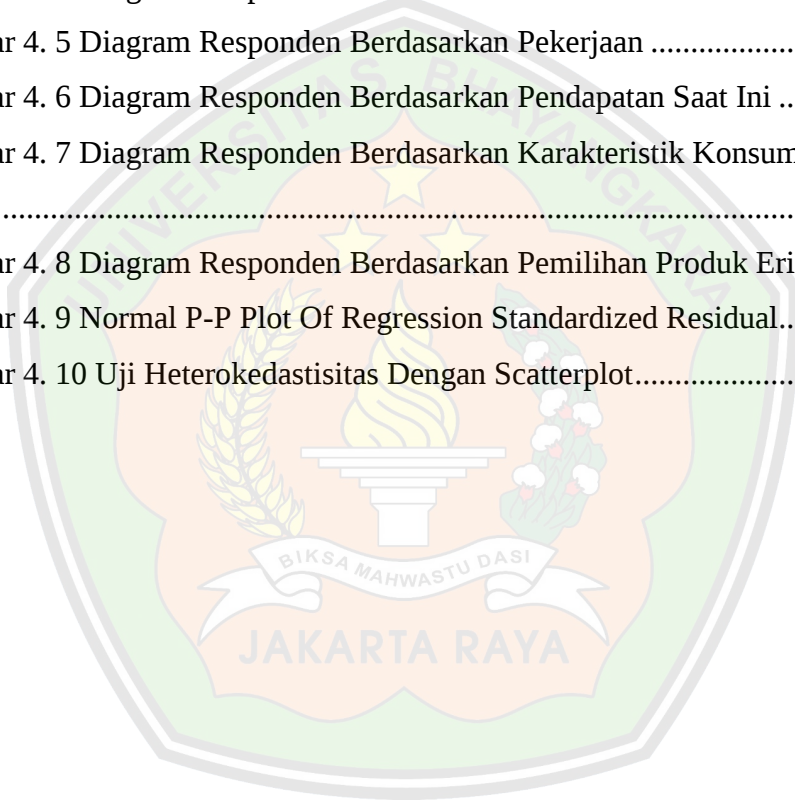
4.2.1	Karakteristik responden	41
4.3	Hasil Penelitian.....	48
4.3.1	Uji Validitas	48
4.3.2	Uji Reliabilitas	50
4.3.3	Uji Normalitas	52
4.3.4	Uji Multikolinearitas	54
4.3.5	Uji Heterokedastisitas	56
4.3.6	Uji Regresi Linier Berganda.....	58
4.3.7	Uji Koefisien Determinasi	60
4.3.8	Uji F	60
4.3.9	Uji T	61
4.4	Pembahasan	62
BAB V	PENUTUP	66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Implikasi Manajerial.....	66
DAFTAR PUSTAKA		68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Merek Lokal Paling Populer.....	4
Tabel 1. 2 Ulasan Konsumen Erigo di online shop.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	30
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran.....	34
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendapatan Saat Ini	45
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Karakteristik Sampel Konsumen Erigo Bekasi.....	46
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Pemilihan Pembelian Erigo	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan (X1).....	51
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2).....	51
Tabel 4. 10 Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y).....	52
Tabel 4. 11 Uji Normalitas Residual.....	53
Tabel 4. 12 Uji Multikolinieritas.....	55
Tabel 4. 13 Uji Heterokedastisitas	56
Tabel 4. 14 Uji Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4. 15 Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4. 16 Uji F	61
Tabel 4. 17 Uji T	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Hasil Survei Konsumen Terhadap Ketertarikan Produk Lokal Dan Internasional.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	24
Gambar 3. 1 Model Konseptual Penelitian	30
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	41
Gambar 4. 2 Logo Brand.....	41
Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4. 4 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	43
Gambar 4. 5 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Gambar 4. 6 Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan Saat Ini	45
Gambar 4. 7 Diagram Responden Berdasarkan Karakteristik Konsumen Erigo Bekasi.....	47
Gambar 4. 8 Diagram Responden Berdasarkan Pemilihan Produk Erigo	48
Gambar 4. 9 Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual.....	54
Gambar 4. 10 Uji Heterokedastisitas Dengan Scatterplot.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Google Form
- Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas
- Lampiran 3 Tabulasi Data Keseluruhan
- Lampiran 4 Uji Kualitas Data
- Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 6 Uji Hipotesis
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Skripsi
- Lampiran 8 Hasil Uji Plagiarisme
- Lampiran 9 Uji Plagiarisme
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup

