

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, STRATEGI
HARGA, DAN LOKASI STRATEGIS TERHADAP
MINAT BELI PRODUK KOSMETIK DI
MATAHARI METROPOLITAN MALL BEKASI**

SKRIPSI

Oleh:

Windy Widiyawati

201810325198



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

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Harga,
Dan Lokasi Strategis Terhadap Minat
Beli Produk Kosmetik Di Matahari
Metropolitan Mall Bekasi

Nama Mahasiswa : Windy Widiyawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325198

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Bekasi, 18 Juli 2022

MENYETUJUI

Pembimbing



Andrian, SE., MM

NIDN : 0321077102

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Strategi Harga,
Dan Lokasi Strategis Terhadap Minat Beli
Produk Kosmetik Di Matahari
Metropolitan Mall Bekasi

Nama Mahasiswa : Windy Widiyawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810325198

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Juli 2022

Jakarta, 18 Juli 2022

MENGESAHKAN,

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

NIDN 0325057908

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

NIDN 0327128105

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

NIDN 0321077102

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 Kualitas Produk, Strategi Harga, Dan Lokasi Strategis Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Di Matahari Metropolitan Mall Bekasi ini adalah sebenear-benarnya merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan 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 portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 18 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Windy Widiyawati

201810325198

ABSTRAK

Windy Widiyawati, 201810325198, Implementasi Kualitas Produk, Strategi Harga, Dan Lokasi Strategis Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Di Matahari Metropolitan Mall Bekasi.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, strategi harga, dan lokasi strategis berpengaruh terhadap minat beli produk kosmetik khususnya pada bidang retail. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif. Lokasi penelitian ini dilakukan di Matahari Metropolitan Mall Bekasi. Dalam hal ini penentuan jumlah responden menggunakan teknik metode *non-probability sampling*, total responden pada penelitian ini berjumlah 85 konsumen yang mewakili pengguna kosmetik di Matahari Metropolitan Mall Bekasi. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan kuesioner. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, strategi harga, dan lokasi strategis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk kosmetik di Matahari Metropolitan Mall Bekasi.

Kata kunci : Kualitas Produk, Strategi Harga, Lokasi Strategis, Minat Beli.

ABSTRACT

Windy Widiyawati, 201810325198, Implementation of Product Quality, Pricing Strategy, and Strategic Location on Interest in Buying Cosmetic Products at Matahari Metropolitan Mall Bekasi.

The purpose of this study was to determine whether product quality, price strategy, and strategic location had an effect on buying interest in cosmetic products, especially in the retail sector. The research was conducted using a quantitative descriptive method. The location of this research was conducted at Matahari Metropolitan Mall Bekasi. In this case the determination of the number of respondents using the technique of non-probability sampling method, the total respondents in this study amounted to 85 consumers representing cosmetic users at Matahari Metropolitan Mall Bekasi. Methods of data collection using observation techniques and questionnaires. This research uses validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, hesteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, t test, F test, and coefficient of determination test. The results of this study indicate that product quality, price strategy, and strategic location partially have a significant effect on buying interest in cosmetic products at Matahari Metropolitan Mall Bekasi.

Keywords: Product Quality, Price Strategy, Strategic Location, Buying Interest.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk mencapai gelar Sarjana program studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol. (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H.,M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Hadita, S.Pd.M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Andrian, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak M. Fadhli Nursal, S.E., M.M. dan Ibu Neng Siti Komariah S.E., M.M., selaku Dosen Penguji yang telah menyediakan waktu, tenaga ,dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen-Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mengajarkan ilmunya kepada penulis.
7. Bapak Sukadi dan Ibu Ratinem selaku orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doanya kepada penulis.
8. Suami yang tersayang Wildan Baihaqi dan teman-teman program studi Manajemen angkatan 2018 yang telah selalu memberikan dukungan, motivasi serta doa kepada penulis.
9. Kakak dan adik tersayang Luluk Prihatin dan Adnan Firdaus yang selalu memberikan doa kepada penulis serta Ibu dan Ayah Mertua Bapak Nadih dan

Ibu Faridah yang selalu memberikan motivasi agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

10. Sahabat-sahabatku, rekan kerja, leader, dan teman seperjuangan, dan beberapa yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah bersedia membantu memberikan informasi seputar objek penelitian kepada penulis.
11. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan serta wacana keilmuan dan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkannya serta bagi penulis sendiri.

Bekasi, 11 Juli 2022

Windy Widiyawati



DAFTAR ISI

Halaman	
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah	4
1.5 Manfaat Masalah	4
1.6 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Pengertian Kualitas Produk	6
2.1.1 Indikator Kualitas Produk	7
2.2 Pengertian Harga	7
2.2.1 Pengertian Strategi Harga	8
2.2.2 Indikator Strategi Harga	9

2.3	Pengertian Lokasi Strategis	9
2.3.1	Indikator Lokasi Strategis	10
2.4	Minat Beli	10
2.4.1	Indikator Minat Beli Produk	11
2.4.2	Manfaat Minat Beli Produk	12
2.5	Penelitian Terdahulu	12
2.6	Kerangka Pemikiran	18
2.7	Hipotesis Penelitian	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		20
3.1	Objek dan Lokasi Penelitian	20
3.2	Desain Penelitian	20
3.2.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variable</i>)	20
3.2.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	20
3.3	Definisi Operasional Variabel	21
3.4	Populasi Dan Sampel	22
3.4.1	Populasi	22
3.4.2	Sampel	23
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel	23
3.4.4	Teknik Penentuan Jumlah Sampel	23
3.4.5	Jenis dan Sumber Data	24
3.4.6	Teknik Pengumpulan Data	24
3.5	Teknik Analisis Data	24
3.5.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	24
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	25
3.5.3	Uji Model	26

3.5.4	Uji Hipotesis	26
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		30
4.1	Matahari Metropolitan Mall Bekasi	30
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	30
4.1.2	Visi Dan Misi	32
4.1.3	Struktur Organisasi	33
4.1.4	Tugas Dan Tanggung Jawab Organisasi	33
4.2	Hasil Penelitian	35
4.2.1	Penyebaran Dan Pengumpulan Kuisisioner	35
4.2.2	Karakteristik Responden	35
4.3	Uji Analisa Data	40
4.3.1	Uji Validitas	40
4.3.2	Uji Reliabilitas	42
4.4	Uji Asumsi Klasik	43
4.4.1	Uji Normalitas	43
4.4.2	Uji Multikolinieritas	44
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	46
4.5	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	48
4.6	Uji Hipotesis	48
4.6.1	Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	48
4.6.2	Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	49
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.7	Hasil Pembahasan	51
BAB V PENUTUP		53
5.1	Kesimpulan	53

5.2	Implikasi Manajerial	54
DAFTAR PUSTAKA		55
LAMPIRAN		57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	21
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Brand	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Kualitas Produk	40
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Strategi Harga	41
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Lokasi Strategis	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Minat Beli	42
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4.9 Hasil Uji t	49
Tabel 4.10 Hasil Uji F	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Matahari Metropolitan Mall Bekasi	33
Gambar 4.2 Diagram Berdasarkan Usia	36
Gambar 4.3 Diagram Berdasarkan Pekerjaan	37
Gambar 4.4 Diagram Berdasarkan Brand Yang Dibeli	39.
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	46



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Pernyataan Kuisisioner	58
Lampiran 2 : Hasil Kuisisioner 85 Responden	61
Lampiran 3 : Hasil Karakteristik Responden	70
Lampiran 4 : Uji SPSS	72
Lampiran 5 : Hasil Turnity	78
Lampiran 6 : Uji Referensi	79
Lampiran 7 : Tabel T, F, R	83
Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup	92

