

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BRAND FASHION*
AIRLABELS DI SUMMARECON BEKASI MELALUI MINAT
BELI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

SKRIPSI

Oleh :

ELNA ROSDIANA PUTRI

202110325116



MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Brand Fashion
Airlabels di Summarecon Mall Bekasi Melalui
Minat Beli Sebagai Variabel Intervening

Nama Mahasiswa : Elna Rosdiana Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325135

Program Studi/Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Februari 2025

Jakarta, 12 Februari 2025
MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA

NIDN : 0326126102


Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.

NID

NIDN : 0327037601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion Airlabels* Di Summarecon Mall
Bekasi Melalui Minat Beli Sebagai
Variabel Intervaning

Nama Mahasiswa : Elna Rosdiana Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 202110325135

Program Studi/ Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 5 Februari 2025

Jakarta, 12 Februrari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA.,
Penguji MPM
NIDN: 0012016601

Sekretaris : Dr. Muhammad Asif Khan, LLB, MA
Tim Penguji NIDN: 0303038004

Penguji : Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA
NIDN: 0326126102

Mengetahui,

Ketua Program Studi
Manajemen

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T.,M.M
NIDN: 0327037601

Dr.Yayan Hendayana,S.E.,M.M.
NIDN: 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Fashion *Airlabels* di Summarecon Mall Bekasi Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening” merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

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

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam 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 mempublikasikan melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 15 Januari 2025
Yang Membuat Pernyataan



Elna Rosdiana Putri
202110325135

ABSTRAK

Elsa Rosdiana Putri (202110325135) Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Brand Fashion Airlabels* Di Summarecon Mall Bekasi Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. Bertujuan untuk mengkaji dampak Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian, dengan mempertimbangkan Minat Beli sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik pengambilan sampel (*Purposive Sampling*), melibatkan 119 responden yang pernah melakukan pembelian atau setidaknya memiliki minat terhadap produk Air Labels di Summarecon Bekasi. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS, dengan pengujian Uji *Outer Model*, Uji *Inner Model*, dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif yang signifikan terhadap Minat Beli, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dan minat beli mampu memediasi Promosi terhadap keputusan pembelian, serta minat beli tidak mampu memediasi Kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Minat Beli

ABSTRACT

Elsa Rosdiana Putri (202110325135) The Influence of Promotion and Product Quality on Purchasing Decisions for the Airlabels Fashion Brand at Summarecon Mall Bekasi Through Purchase Interest as an Intervaning Variable. Aims to examine the impact of Promotion and Product Quality on Purchasing Decisions, by considering Purchasing Interest as a mediating variable. This research used quantitative methods, with a sampling technique (Purposive Sampling), involving 119 respondents who had purchased or at least had an interest in Air Labels products at Summarecon Bekasi. Data analysis was carried out using SmartPLS software, by testing the Outer Model Test, Inner Model Test and Hypothesis Test. The research results show that Promotion has a significant positive effect on Purchase Interest, product quality has a positive and significant influence on Purchase Interest, Promotion has a positive influence on purchasing decisions, product quality has a positive influence on purchasing decisions, Purchase Interest has a positive influence on Purchase Decisions, and Purchase Interest is able to mediate Promotion on Purchase Decisions, and Purchase Interest is not able to mediate Product Quality on Purchase Decisions..

Keywords: *Promotion, Product Quality, Purchase Decision, Purchase Interest*

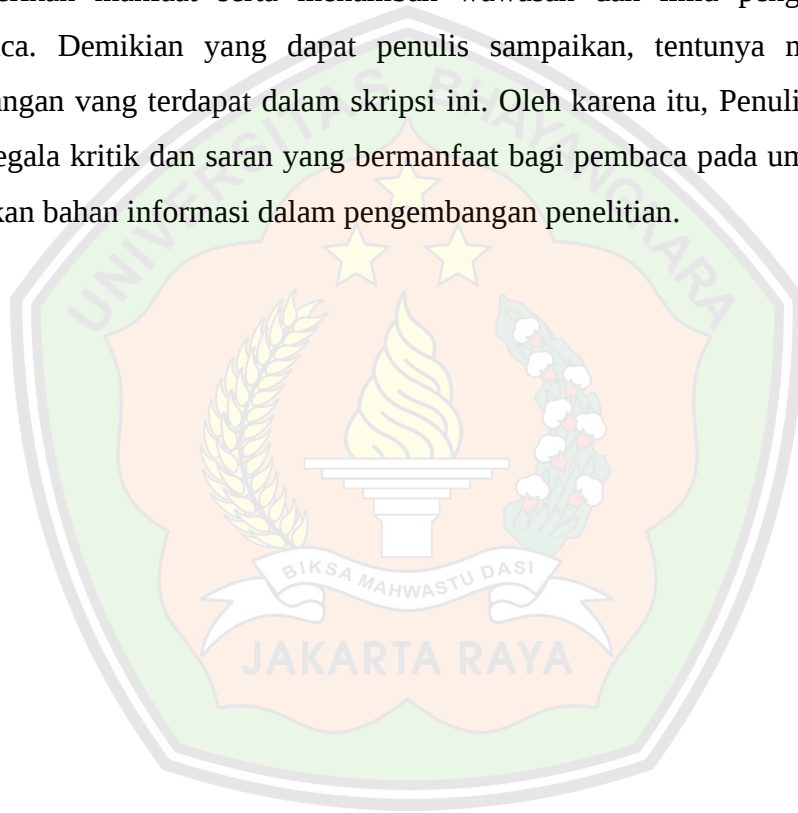
KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah dan inayah-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND FASHION AIRLABELS DI SUMMARECON BEKASI MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING“. Sholawat dan salam tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW, serta keluarga, sahabat dan pengikutnya. Penulis menyadari tanpa bantuan dari semua pihak, penulisan skripsi ini mungkin tidak dapat terlaksana. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ni Nyoman Sawitri, MBA selaku dosen pembimbing I dan Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan pengarahan dan koreksi sehingga proposal ini dapat diselesaikan sesuai waktu yang telah ditentukan.
2. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H, M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak dan Ibu Dewan Penguji yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mempertanggungjawabkan hasil penulisan skripsi dengan lancar.
5. Keluarga penulis orang tua Bapak Edi Kuncoro dan Ibu Puji Dwi Ana, Kakak dan adik yang selalu memberikan do'a, dukungan moral, finansial dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan Pendidikan sarjana
6. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Riyan Kusuma Ardhan. Terimakasih telah Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga, waktu, maupun materi kepada saya. Segala hal yang menemani, mendukung ataupun menghibur dalam kesedihan, mendengar keluh kesah, memberi semangat untuk pantang menyerah semoga Allah selalu memberi keberkahan dalam segala hal yang kita lalui

7. Teman-teman penulis dan sahabat yang senantiasa memberikan nasihat dan mendoakan penulis sekaligus menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu-persatu yang telah memberikan berbagai bantuan, bimbingan, serta masukan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi.

Akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pembaca. Demikian yang dapat penulis sampaikan, tentunya masih banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis menyambut baik segala kritik dan saran yang bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dapat dijadikan bahan informasi dalam pengembangan penelitian.



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
1) Manfaat Bagi Teoritis	10
2) Manfaat Praktis bagi Perusahaan	10
3) Manfaat bagi Konsumen	10
4) Manfaat bagi Peneliti dan Akademisi	11
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Kerangka Konseptual.....	12
2.1.1 Keputusan Pembelian	12
2.1.2 Promosi.....	15
2.1.3 Kualitas Produk	17
2.1.4 Minat Beli	21
2.2 Kajian Ilmiah	22
2.3 Hipotesis Penelitian	25
2.3.1 Pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian pada Airlabels Sumarecon Bekasi.....	25
2.3.2 Pengaruh antara minat beli terhadap keputusan pembelian	

melalui pada Airlabels Sumarecon Bekasi	25
2.3.3 Pengaruh antara promosi terhadap minat beli pada Airlabels Sumarecon Bekasi	26
2.3.4 Pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli pada Airlabels Sumarecon Bekasi.....	26
2.3.5 Pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli pada Airlabels Sumarecon Bekasi.....	28
2.3.6 Pengaruh tidak langsung antara promosi terhadap minat beli pada Airlabels Sumarecon Bekasi	29
2.3.7 Pengaruh tidak langsung antara kualitas produk terhadap minat beli pada Airlabels Sumarecon Bekasi	29
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian	32
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	32
3.3 Populasi Dan Sampel	33
1) Populasi Penelitian.....	33
2) Sampel Penelitian.....	33
3.4 Variabel Penelitian.....	33
3.5 Pengumpulan Data	34
3.6 Instrumen Penelitian	36
1) Analisis Statistik Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Hasil Responden Penelitian	38
4.2 Hasil Analisis Data	40
4.3 Hasil Uji Path Coefficient Direct dan Indirect Effect.....	48
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	50
4.5 Pembahasan	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Telaah Empiris	22
Table 2.6 Skala Penelitian	34
Tabel 4.1, Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2, Profil Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3, Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.4, Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	38
Tabel 4.5 Outer Loading	40
Tabel 4.6 Cross Loading	41
Tabel 4.7 Hasil Uji AVE	42
Tabel 4.8 Nilai Composite Reliability	42
Tabel 4.9 Nilai Cronbach`s Alpha.....	43
Tabel 4.10, Hasil Uji Multicollinearity	44
Tabel 4.11, Hasil Uji R-Square	45
Tabel 4.12, Hasil Uji F-square	46
Tabel 4.13, Hasil Uji Q-square.....	46
Tabel 4.14, Hasil Uji Direct Effect.....	48
Tabel 4.15, Hasil Uji Indirect Effect	49
Tabel 4.16, Hasil Uji Hipotesis Penelitian	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perubahan Persentase Penjualan Air Labels di Summarecon Pada Mei-September 2024	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1, Inner Model Structural.....	39
Gambar 4.2, Inner Model Structural.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji Plagiarisme.....	66
Lampiran 2. Gambar Uji Plagiarisme Turnitin.....	67
Lampiran 3. Uji Referensi Skripsi.....	68
Lampiran 4. Lembar Bimbingan Skripsi.....	72
Lampiran 5. Persetujuan Dosen Pembimbing	75
Lampiran 6. Formulir Sidang Skripsi.....	76

