

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA *STORE*
COSMIC CABANG DI SURABAYA
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Surabaya)**



Oleh:

MAULANA ADAM KHARISMA

NPM : 15.1.02.09912

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2019

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA *STORE*
COSMIC CABANG DI SURABAYA
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Surabaya)**



Oleh:

MAULANA ADAM KHARISMA

NPM : 15.1.02.09912

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2019

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA *STORE*
COSMIC CABANG DI SURABAYA
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Surabaya)**

Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi: Manajemen

Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Oleh:

MAULANA ADAM KHARISMA

NPM: 15.1.02.09912

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

201

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA STORE
COSMIC CABANG DI SURABAYA
(Studi Kasus Pada Masyarakat di Surabaya)**

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

MAULANA ADAM KHARISMA

NPM : 15.1.02.09912

Telah dipertahankan di Depan Tim Penguji

Pada tanggal 26 Oktober 2019

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Dr. Triyonowati, M.Si.

Anggota : 1. Dr. Hendri Soekotjo, S.E., M.M.

2. Dra. Aniek Wahyuati, M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen

Dra. Aniek Wahyuati, M.M.

Dr. Suwitho, M.Si



Ketua STIESIA

Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MAULANA ADAM KHARISMA

N.P.M : 15.1.02.09912

menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA *STORE COSMIC CABANG DI SURABAYA*

Diajukan untuk diuji pada tanggal 26 Oktober 2019 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 26 Oktober 2019



Maulana Adam Kharisma

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Maulana Adam Kharisma
NPM : 1510209912
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya / 11 Februari 1997
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak ke : 1/3
Alamat Rumah : Demak Jaya I No. 12 Surabaya
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Lilis Wahyuni
Alamat Rumah/ Telepon : Demak Jaya I No.12 Surabaya /
083849920625
Alamat Kantor/ Telepon : Jl. Raya Arjuna 78 B Surabaya /
(031)5325813
Pekerjaan/ Jabatan : Pegawai Swasta / PLT Kasi Teknik

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

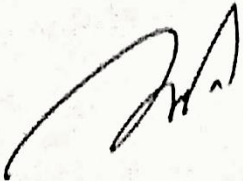
1. Tamat SD di SD Muhammadiyah 15 Surabaya Tahun 2009
2. Tamat SMP di SMPN 44 Surabaya Tahun 2012
3. Tamat SMA di SMA Muhammadiyah 3 Surabaya Tahun 2015
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya	I – IX	2015-2019	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya



Maulana Adam Kharisma

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas hidayat dan rahmat-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI MASYARAKAT PADA *STORE COSMIC CABANG DI SURABAYA*”** dengan baik.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak. CA selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Ibu Dr. Triyonowati, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Aniek Wahyuati, M. M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya dalam membimbing dan memberi petunjuk yang bermanfaat untuk terselesaikannya skripsi ini.
4. Ibu Dr. Anindhyta Budiarti, S.E., M.M. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dalam memberikan pengarahan pada setiap perwalian berlangsung.

5. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Terimakasih kepada kedua orang tua saya yaitu Erick Purnomo dan Lilis Wahyuni yang selama ini selalu memberikan semangat dan mendukung kepada saya dalam menempuh pendidikan baik secara moril maupun materil.
7. Terimakasih kepada teman dekat saya yaitu Salsabila Tandy yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya dalam penyelesaian penelitian ini.
8. Kepada sahabat terbaik saya yaitu Andre, Wida, Astrid, Zaki, Yessy, Riko, Rizal, Fikri, Alfian, Dinda, Faiz, Nadira, Windra, Marcell, Wahyu, Bobby, Isa dan Agra. yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta banyak meluangkan waktu untuk menemani saya di saat kapanpun.
9. Tidak lupa pula kepada semua teman baik saya Edi, Yusril, Afton, Dito Revo, Andan dan Debora yang sudah menjadi teman baik selama menempuh perkuliahan hingga saat ini.
10. Seluruh kawan-kawan SM-2 tercinta seangkatan tahun 2015 yang bersama-sama berjuang dalam penyelesaian perkuliahan selama ini serta yang telah memberikan dukungan serta doa pada saya dalam penyelesaian penelitian ini.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maulana Adam Khurisma', is written over a light-colored rectangular background.

Maulana Adam Khurisma

baya, 07 Oktober 2019

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMBUNG DALAM SKRIPSI.....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PERUMUSAN	
HIPOTESIS	7
2.1 Tinjauan Teoritis	7
2.1.1 Pemasaran	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran	8
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	9
1. <i>Product</i> (Produk).....	9
2. <i>Price</i> (Harga).....	9
3. <i>Promotion</i> (Promosi).....	10
4. <i>Place</i> (Tempat).....	10
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	10
1. Faktor Pribadi.....	11
2. Faktor Kebudayaan	11
3. Faktor Psikologis.....	12
4. Faktor Sosial.....	14

2.1.5 Harga.....	15
1. Pengertian Harga.....	15
2. Indikator Harga.....	15
3. Fungsi Harga.....	16
4. Tujuan Penetapan Harga.....	16
5. Jenis-jenis Harga.....	17
2.1.6 Promosi.....	18
1. Pengertian Promosi.....	18
2. Tujuan Promosi.....	19
3. Jenis-jenis Promosi.....	19
4. Indikator Promosi.....	21
2.1.7 Kualitas Produk.....	22
1. Pengertian Kualitas Produk.....	22
2. Indikator Kualitas Produk.....	24
2.1.8 Minat Beli.....	25
1. Pengertian Minat Beli.....	25
2. Indikator Minat Beli.....	26
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	26
4. Tahapan Minat Beli Konsumen.....	27
2.1.9 Hubungan Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	28
2.1.10 Penelitian Terdahulu.....	29
2.2 Kerangka Konseptual.....	32
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	33
1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	33
2. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	34
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	34
BAB 3 : METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian.....	36
3.1.1 Jenis Penelitian.....	36
3.1.2 Gambaran dari Populasi Penelitian.....	36
3.2 Teknik Pengambilan Sempel.....	37
3.3 Teknik Pengambilan Data.....	39
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.4.1 Variabel.....	40
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	40
1. Harga (H).....	40
2. Promosi (P).....	41
3. Kualitas Produk (KP).....	41
4. Minat Beli (MB).....	42

3.5 Teknik Analisis Data.....	42
3.5.1 Uji Instrumen.....	42
1. Uji Validitas	42
2. Uji Reliabilitas	43
3.5.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	45
1. Uji Normalitas	45
2. Uji Multikolinearitas	45
3. Uji Heteroskedastisitas	45
3.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	46
3.5.5 Uji Kelayakan Model	46
3.5.6 Pengujian Hipotesis (Uji t).....	47
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	48
1. Profil Perusahaan	48
2. Visi dan Misi.....	48
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	49
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (H)	51
2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (P).....	52
3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (KP)	53
4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli (MB).....	53
4.3 Uji Instrumen Penelitian	54
1. Uji Validitas	54
2. Uji Reliabilitas.....	55
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	58
1. Uji Normalitas	58
2. Uji Multikolinieritas	59
3. Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.6 Uji Kelayakan Model	62
1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
2. Uji Statistik F (<i>Godness of Fit</i>)	62
4.7 Pengujian Hipotesis (Uji t)	63

4.8 Pembahasan.....	65
4.8.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	65
4.8.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	66
4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	66
BAB 5 : PENUTUP	68
5.1 Simpulan	68
5.2 Keterbatasan.....	68
5.3 Saran	69
JADWAL PENELITIAN	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	31
2. Skala Likert	39
3. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga (H)	51
6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (P)	52
7. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (KP)	53
8. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli (MB)	54
9. Hasil Uji Validitas	55
10. Hasil Uji Reliabilitas	56
11. Hasil Uji Regresi Berganda	57
12. Hasil Uji Normalitas	59
13. Hasil Uji Multikolinieritas	60
14. Hasil Uji Koefisien Determinasi & Koefisien Korelasi Berganda	62
15. Hasil Uji F	63
16. Hasil Uji t	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar
Halaman

1. Kerangka Konseptual	32
2. Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot	58
3. Gambar <i>Scatterplot</i>	61



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisisioner
2. Tabulasi Hasil Kuisisioner
3. Hasil *Output* SPSS
4. Surat Pengantar ke Dosen Pembimbing
5. Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi
6. Surat Pengantar Ijin Riset dari STIESIA
7. Surat Keterangan Selesai Riset
8. Berita Acara Bimbingan Penulisan Skripsi
9. Sertifikat Seminar Hasil Penelitian
10. Hasil Plagiasi

