

**PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO RENY SWALAYAN-KU**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Diajukan oleh:

MUHAMMAD YUSUF UMAR HASAN SYARIF

NPM :22420168

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS WIJAYA KUSUSMA SURABAYA

2025

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUHAMMAD YUSUF UMAR HASAN SYARIF

NPM : 22420168

Alamat : Ngelom Megare rt 06 rw 01 sepanjang Sidoarjo

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA , DAN PROMOSI** adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, *09-Maret* 2026

Yang membuat pernyataan



(Muhammad yusuf umar Hasan Syarif)

NPM : 22420168

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK , HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO RENY SWALAYAN-KU**

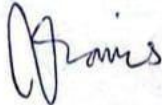
Diajukan oleh :

MUHAMMAD YUSUF UMAR HASAN SYARIF

NPM : 22420168

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Evianah, SE., M.Si

Tanggal, 19 Februari 2026

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikoroni, SE., MM

Tanggal, 19 Feb' 26

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO RENY SWALAYAN-KU

Dipersiapkan dan disusun oleh:

MUHAMMAD YUSUF UMAR HASAN SYARIF

NPM : 22420168

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Evianah, SE., M.Si

Anggota Dewan Penguji



Ni Ketut Yulia Agustini, SE., MM



Matheous Tamonsang, SE., M.Si

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal, 19 Feb '26



Dwi Indah Mustikoroni, SE., MM

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Reny Swalayan-ku “ Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Skripsi ini tidak akan terlaksana dan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, dukungan, serta kerjasama dari berbagai pihak yang dengan tulus dan rela mengorbankan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis sampai skripsi ini dapat diselesaikan. Untuk itu penulis mengucapkan terimah kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
2. Ibu Prof. Dr Ir. Raden Roro Nugrahini Susantinah Wisnujati M.Si selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Hj Pratiwi Dwi Karjati, MM.CRA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Ibu Dwi Indah Mustikorini, SE, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

5. Ibu Evianah, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, dukungan, dan bantuan sehingga skripsi ini dapat disusun dengan baik dan lancar.
6. Ibu Wiwik Herawati, SE. MM selaku dosen wali saya
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis
8. Orang tua penulis yang sudah memberikan semua fasilitas, dan juga doa agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
9. Kakak saya yang sudah memberi dukungan dan doanya selama ini
10. Sahabat saya Ahmad Fatih Rosadi dan sahabat sahabat saya lainnya. Terimah kasih atas dukungannya dan doanya selama ini.
11. Keluarga manajemen C 2022 yang tidak bisa saya sebutkan satu- persatu. Terima kasih atas kebersamaan kita selama ini sebagai teman seperjuangan selama berkuliah di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
12. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk menyempurnakan tulisan ini.

Surabaya, Januari 2026

Penulis

Muhammad yusuf Umar Hasan Syarif

NPM: 22420168

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii.
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematis Skripsi	5
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Kualitas Produk	9
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	9
2.1.2.2 Faktor factor yang mempengaruhi kualitas produk	11

2.1.2.3 Dimensi dan indicator kualitas produk	12
2.1.3 Harga	13
2.1.3.1 Pengertian Harga	13
2.1.3.2 Peran Harga dalam Pemasaran	15
2.1.3.3 Indikator harga	16
2.1.4. Promosi	16
2.1.4.1 Pengertian Promosi	16
2.1.4.2 Factor factor yang mempengaruhi promosi	17
2.1.4.3 Tujuan Promosi	18
2.1.4.4 indikator Promosi	18
2.1.5 Minat Beli konsumen	20
2.1.5.1 Pengertian Minat Beli konsumen	20
2.1.5.2 Indikator minat beli	23
2.2. Peneliti Sebelumnya	24
2.3 Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1 Hubungan kualitas Produk dengan minat beli konsumen	25
2.3.2 Hubungan Harga dengan minat beli konsumen	25
2.3.3 Hubungan Promosi dengan minat beli konsumen	25
2.4. Hipotesis Dan Kerangka Penelitian	27
2.4.1 Hipotesis	27

2.4.2 Kerangka Penelitian	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28.
3.1 Pendekatan Penelitian	28
3.2 Populasi Dan Sampel	28
3.2.1 Populasi	28
3.2.2 Sampel.....	28
3.3 Identifikasi Variabel.....	30
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4.1 Definisi Operasional Variabel kualitas Produk	31
3.4.2 Definisi Operasional Variabel harga	32
3.4.3 Definisi Operasional Variabel promosi.....	33
3.4.4 Definisi operasional Operasional varibel minat beli	34
3.5 Jenis Dan Sumber Data	35
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	36
3.7 Teknik Analis	37
3.7.1 Uji Validitas Dan Reabilitas	37
3.7.1.1 Uji Validitas	37
3.7.1.2 Uji Reabilitas.....	38

3.7.2 Uji Model Analisa	38
3.7.2.1 Analisis Regresi Berganda	38
3.7.2.2 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	39
3.7.3 Uji Hipotesis.....	39
3.7.3.1 Uji T	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1.1 Gambaran Umum Toko reny Swalayan-ku	44
4.2 Deskriptif Hasil Penelitian	44
4.2.1 Deskriptif Karakteristik Responden	45
4.2.1.1 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.1.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	46
4.2.1.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
4.2.1.4 Deskriptif R esponden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan	47
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	48
4.3 Teknik Analisis	57
4.3.1 Uji Instrumen.....	57
4.3.1.1 Uji Validitas	57
4.3.1.2 Uji Reabilitas.....	59

4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.4 Uji Kelayakan Model.....	62
4.4.1 Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	62
4.5 Pengujian Hipotesis.....	64
4.5.1 Uji T	64
4.6 Pembahasan	68
4.6.1 Pengaruh Kualitas produk Terhadap Minat beli konsumen	68
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap minat beli konsumen	68
4.6.3 Pengaruh Promosi Terhadap minat beli Konsumen	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Simpulan.	70
5.2 Saran.....	70
5.3 Keterbatasan Penelitian	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74

,Daftar Tabel

Tabel 2.1 Peneliti Sebelumnya.....	24
Tabel 4.1 Kategori Penilaian.....	45
Tabel 4.2 Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 Deskriptif Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.5 Deskriptif Responden Berdasarkan Banyaknya Kunjungan.....	48
Tabel 4.6 Interval Kelas	49
Tabel 4.7 Jawaban Responden Mengenai Variabel kualitas produk (X1)	50
Tabel 4.8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X2)	52
Tabel 4.9 Jawaban Responden Mengenai Variabel Promosi(X3)....	54
Tabel 4.10 Jawaban Responden Mengenai Variabel Minat Beli konsumen (Y)	56
Tabel 4.11 Uji Validitas	57
Tabel 4.12 Uji Reabilitas.....	59
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	60

Tabel 4.14 Model Summary.....63

Tabel 4.15 Hasil Uji T.....64

Daftar Gambar

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian	30.
Gambar 4.1	Kurva Penerimaan /penolakan $H_0(t_{tabel})$ Variabel Kualitas Produk	65
Gambar 4.2	Kurva penerimaan /penolakan $H_0(t_{tabel})$ variabel Harga	66.
Gambar 4.3	Kurva penerimaan /penolakan $H_0(t_{tabel})$ variabel promosi	67

ABSTRAK

Perkembangan zaman sekarang sangatlah berbeda dengan zaman dahulu. Khususnya untuk usaha ritel , bisnis ritel adalah usaha dengan skala besar yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari. Salah satu kegiatan di zaman sekarang masyarakat lebih suka belanja di swalayan dari pada di pasar. Hal ini membuat persaingan semakin meningkat karena banyaknya pesaing baru yang berinovasi membuat konsep yang lebih baik dan kekinian karena banyak sekali persaingan produsen harus membuat konsumen itu puas. Agar dapat bersaing dan bisa mempertahankan Toko reny Swalayan-ku perlu menciptakan minat beli konsumen dengan memperhatikan berbagai faktor yaitu Kualitas Produk, Harga dan promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi , terhadap minat beli konsumen di toko reny swalayan-ku . Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini seluruh konsumen yang membeli di toko reny swalayan-ku . Sampel yang digunakan sebanyak 110 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *non-probability*. Analisis data menggunakan teknik analisis liner berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen , harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen

Kata Kunci : Kualitas produk, Harga , Promosi dan Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

Current developments are very different from those of the past. Retail businesses, in particular, are large-scale businesses that provide daily necessities. One of the activities nowadays is that people prefer shopping at supermarkets rather than markets. This has increased competition due to the many new competitors innovating, creating better and more contemporary concepts. Due to the high level of competition, producers must satisfy consumers. To compete and maintain their sales, Reny Swalyan-ku needs to create consumer buying interest by considering various factors, namely product quality, price, and promotion.

This study aims to determine the effect of product quality, price, and promotion on consumer purchase intention at Reny Swalayan-ku. The method used in this study is quantitative. The population in this study was all consumers who shop at Reny Swalayan-ku. The sample size was 110 respondents. Sampling was conducted using a non-probability technique. Data analysis used multiple linear regression analysis. The results show that product quality has a significant effect on consumer purchase intention, price has a significant effect on consumer purchase intention, and promotion has a significant effect on consumer purchase intention.

Keywords: Product Quality, Price, Promotion, and Consumer Purchase Intention

