

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MSGLOW AESTHETIC
CLINIC SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Diajukan Oleh:

CINDY FITRI RAMADANI

NPM : 17420163

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2020/2021

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : CINDY FITRI RAMADANI

NPM : 17420163

Alamat : DUKUH KUPANG BARAT XXI

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Ms Glow Aesthetic Clinic Surabaya”**

Adalah benar – benar karya 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, 10-03-2021

Yang Membuat Pernyataan



CINDY FITRI RAMADNI

NPM : 17420163

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MS GLOW
AESTHETIC CLINIC SURABAYA**

Diajukan oleh:

CINDY FITRI RAMADANI

NPM : 17420163

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIBING


LESTARI, SE, MM

Tanggal, *02-02-2021*

KETUA PROGRAM STUDI


Dr. SITI DJAMILA, SE., M.Si

Tanggal, *02-02-2021*

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK MS GLOW
AESTHETIC CLINIC SURABAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

CINDY FITRI RAMADANI
NPM : 17420163

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji Lain


LESTARI, SE., MM


MAQBULA AROCHMAN, SE., M.Ak


NI KETUT YULIA AGUSTIN, SE., MM

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Tanggal, 03 - 02 - 2021


Dr, Siti Djamilah, SE, M.Si

Ketua Program Studi

Kata Pengantar

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmatnya dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ms Glow Aesthetic Clinic Surabaya*”.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat dilupakan begitu saja. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa **Allah SWT**. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini terselesaikan.
2. Bapak Prof. H. Sri Harmadji, dr., S.p. THT-KL(K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, M.M., M.Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma.
4. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
5. Bapak Lestari, SE., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk memberikan bimbingan, perhatian, dan masukan yang sangat berharga dengan penuh kesabaran dan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Dosen Pendidikan Manajemen yang telah membagikan ilmunya kepada penulis.
7. Teristimewa kepada keluarga besar penulis, Ibu tercinta Sumaila yang sudah memberikan kasih dan sayang kepada penulis mulai dari kecil sampai sekarang,

Almarhum Ayah, saudara penulis yaitu ayuk Nadya Sandra Utami, dan Orang Tua kedua penulis Ibu Elistina dan Papa M. Yusup serta saudara-saudara penulis yang telah memberikan dukungan, semangat dan cinta kepada penulis.

8. Koko Handi dan Cece Yosefin yang selalu Support dan memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.

9. Achmad Rudy yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Sahabat-sahabat penulis, Lola, Rosa, Fuji, Mike, Novia yang telah mendengar keluhan kesah dan juga memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.

11. Dan juga sahabat-sahabat penulis, Firtriana, Rita, Anis yang selalu ada untuk nyemangatin dan memberikan motivasi serta banyak membantu dalam proses penyusunan skripsi sehingga terselesaikan dengan baik.

12. Teman-teman seperjuangan Alim, Ruben, Risma yang saling memberikan dukungan dan semangat dalam pengerjaan skripsi. Untuk Laras semoga segera secepatnya menyusul.

13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, telah memberikan bantuan kepada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi meningkatkan kualitas penyusunan skripsi. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan dan informasi bagi pihak yang membutuhkan

Surabaya

CINDY FITRI RAMADNI

NPM : 17420163

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II TELAAH PUSTAKA	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran	7
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.3. Pengertian Konsep Pemasaran	8
2.1.4. Kualitas Produk	8
2.1.4.1. Pengertian Kualitas Produk	8
2.1.4.2. Persepektif Kualitas Produk	9
2.1.4.3. Indikator Kualitas Produk	11
2.1.4.4. Manfaat dan Konsep Kualitas Produk	12
2.1.5. Harga	14
2.1.5.1. Pengertian Harga	14
2.1.5.2. Tujuan Penetapan Harga	15
2.1.5.3. Indikator Harga	16
2.1.5.4. Peranan Harga	17

2.1.5.5. Strategi Penetapan Harga	18
2.1.6. Citra Merek	19
2.1.6.1 Pengertian Citra Merek	19
2.1.6.2 Manfaat Citra Merek	21
2.1.6.3 Indikator Citra Merek	23
2.1.6.4 Faktor-Faktor Citra Merek	23
2.1.7 Minat Beli Konsumen	25
2.1.7.1 Pengertian Minat Beli Konsumen	25
2.1.7.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	26
2.1.7.3 Indikator Minat Beli	28
2.2. Penelitian Terdahulu	29
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian	30
2.3.1 Hipotesis	30
2.3.2 Model Analisis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Pendekatan Penelitian	31
3.2. Populasi dan Sampel	31
3.2.1. Populasi	31
3.2.2. Sampel	32
3.2.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	32
3.2.2.2 Penentuan Penarikan Sampel	32
3.3. Indetifikasi Variabel	33
3.3.1. Variabel Bebas	33
3.3.2. Variabel Terikat	35
3.4. Jenis dan Sumber Data	35
3.5. Prosedur Pengumpulan Data	37
3.6. Teknik Analisa Data	38
3.6.1. Uji Validitas	38
3.6.2. Uji Realibilitas	39
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	40
3.6.4. Uji Hipotesis dengan Analisa Regresi Berganda	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1. Gambaran Umum Ms Glow Aesthetic Clinic	45

4.1.2. Visi dan Misi Ms Glow Aesthetic Clinic	45
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	45
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden	46
4.3. Deskripsi Mengenai Variabel Penelitian	47
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk	47
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Harga	49
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek	50
4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Minat Beli Konsumen ..	50
4.4. Uji Kualitas Data	52
4.4.1 Uji Validitas	52
4.4.2 Uji Realibilitas	54
4.5. Analisis Regresi Linier Berganda	54
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	54
4.5.1.1 Hasil Uji Multikolinieritas	54
4.5.1.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
4.5.1.3 Hasil Uji Normalitas	56
4.5.2 Persamaan Regresi Linier Berganda	56
4.6. Pengujian Hipotesis	58
4.6.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f)	58
4.6.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	60
4.6.3 Koefisien Determinasi	64
4.7. Pembahasan	64
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	65
4.7.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen	65
4.7.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen	65
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	66
5.3 Keterbatasan Penelitian	67
DAFTAR PUSTAKA	68

D A F T A R T A B E L

Tabel	Halaman
3.1. Skala Likert Pernyataan Positif dan Negatif.....	36
3.2. Interpretasi Skor	37
4.1. Identitas Responden Menurut Usia.....	46
4.2. Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	46
4.3. Identitas Responden Menurut Pekerjaan/Studi.....	47
4.4. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk.....	48
4.5. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Harga	49
4.6. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek	50
4.7. Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Minat Beli Konsumen.....	51
4.8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_1).....	52
4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2).....	53
4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X_3).....	53
4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Konsumen (Y).....	53
4.12. Hasil Uji Realibilitas	54
4.13. Uji Multikolineeritas	55
4.14. Hasil Korelasi <i>Rank Spearman</i>	55
4.15. Hasil Uji Normalitas	56
4.16. Persamaan Regresi Berganda	57
4.17. Uji Hipotesis Secara Simultan	59
4.18. Uji Hipotesis Parsial.....	60
4.19. Koefisien Determinasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Model Analisis.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

	H a l a m a n
L a m p i r a n 1 . K u e s i o n e r P e n e l i t i a n	7 1
L a m p i r a n 2 . R e k a p i t u l a s i J a w a b a n R e s p o n d e n	7 4
L a m p i r a n 3 . D i s t r i b u s i F r e k u e n s i	8 4
L a m p i r a n 4 . U j i V a l i d i t a s d a n R e a l i b i l i t a s	8 9
L a m p i r a n 5 . U j i R e g r e s i L i n i e r B e r g a n d a	9 3
L a m p i r a n 6 . T i t i k P e r s e n t a s e D i s t r i b u s i F	9 6
L a m p i r a n 7 . T i t i k P e r s e n t a s e D i s t r i b u s i t	9 9

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect partially and simultaneously between the variables of product quality, price and brand image on consumer buying interest (Y) on M S Glow Aesthetic Clinic customers. The analysis method used is multiple linear regression analysis. The sample used in this study were 96 respondents using purposive sampling technique from M S Glow Aesthetic Clinic customers. The results of this study indicate that there is a simultaneous influence on the variables of product quality, price and brand image on consumer buying interest. The results also show that the variables of product quality, price and brand image partially influence consumer buying interest. The results of the adjusted R square found that the effect of product quality, price and brand image on consumer buying interest can be explained by 52,6% while the remaining 47,4% is explained by other variables not included in this research model.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Consumer Buying Interest*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel kualitas produk, harga dan citra merek terhadap minat beli konsumen (Y) pada pelanggan M S Glow Aesthetic Clinic, metode analisis yang digunakan analisa regresi linier berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dari pelanggan M S Glow Aesthetic Clinic. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan pada variabel kualitas produk, harga dan citra merek terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan variabel kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen. Hasil *adjusted R square* ditemukan bahwa berpengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap minat beli konsumen dapat dijelaskan sebesar 52,6% sedangkan sisanya sebesar 47,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Minat Beli Konsumen