

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN PROMOSI TEHADAP MINAT BELI *LOCAL BRAND* PADA
PRODUK *FASHION***

**Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Surakarta**



SKRIPSI

Diajukan untuk Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

AHMAD SANAD

B100140310

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SURAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PROMOSI TEHADAP MINAT BELI *LOCAL BRAND* PADA PRODUK *FASHION***
(Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
Surakarta).

Yang ditulis dan disusun oleh:

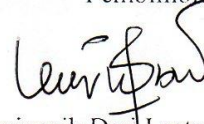
AHMAD SANAD

B100140310

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, 2 Juli 2018

Pembimbing Utama



(Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, M.M.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dra. Huseinudin, SE, MM)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **AHMAD SANAD**

NIM : **B 100 140 310**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TEHADAP MINAT BELI *LOCAL BRAND* PADA PRODUK *FASHION* (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta).**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,

AHMAD SANAD

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan” (Qs. Asy-Syarh, 5-6)

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupannya”
(Qs. Al-Baqarah, 286)**

**“ Do what you can, with what you have, wherever you are”
(Theodore Roosevelt)**

“ Be someone light when they are hopless” (Dave Grohl)

**“ It’s the possibility of having dream come true that makes life interesting”
(The Alchemist, Paulo Coelho)**

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT dengan segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI TEHADAP MINAT BELI LOCAL BRAND PADA PRODUK FASHION (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta)”. segala puji dan shalawat juga selalu penulis panjatkan kepada Rasulullah Muhammad SAW. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis, yang selalu mendoakan dan mendukung serta selalu sabar dalam menghadapi penulis.
2. Seluruh Keluarga penulis, yang senantiasa memberikan masukan kepada penulis dan memberi nasihat yang baik dan memberi dukungan penuh kepada penulis.
3. Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Drs. Wuryaningsih Dwi Lestari, M.M selaku pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan dengan sabar dalam proses penulisan penyelesaian skripsi ini..
6. Seluruh Dosen dan Karyawan, khususnya Pak Min dan Mas Inung selaku staff di jurusan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Seluruh Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu menemani penulis dan membantu dalam proses perkuliahan.
8. Terima kasih kepada Mahdi atas dukungan dan motivasinya selama ini untuk selalu menyemangati penulis.

9. Terima kasih Kepada Rifky Bahaswan yang selama ini selalu bersama dalam suka maupun duka di kehidupan perkuliahan maupun diluar perkuliahan.
10. Terima kasih Kepada Mahir Thalib yang selalu menemani penulis untuk bertukar pikir dalam hal apapun.
11. Terima kasih kepada Teman-teman Kos Wisma Nusantara yang telah memberikan pengalaman yang sangat berharga dan pelajaran hidup yang sangat bermanfaat.
12. Terima kasih kepada Sari Utami yang selalu sabar, membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih belum sempurna. Untuk itu semoga kritik dan saran yang membangun dapat berguna untuk penelitian selanjutnya. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 2 Juli 2018



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GRAFIK	viii
ABSTRAKSI	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	4
C. TUJUAN PENELITIAN	5
D. MANFAAT PENELITIAN	5
E. SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. TINJAUAN TEORI	8
B. PENELITIAN TERDAHULU	24
C. HIPOTESIS PENELITIAN	27
D. KERANGKA PEMIKIRAN	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. DATA DAN SUMBER DATA	29
B. METODE PENGUMPULAN DATA	29
C. POPULASI DAN SAMPEL	30
D. VARIABEL PENELITIAN	31
E. DEFINISI OPERASIONAL	31
F. METODE ANALISIS DATA	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. DESKRIPSI RESPONDEN	37
B. METODE ANALISIS DATA	40
C. PEMBAHASAN	48

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN	52
B. KETERBATASAN PENELITIAN	53
C. SARAN	53

DAFTAR PUSTAKA	54
----------------------	----

LAMPIRAN	56
----------------	----

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 DEFINISI VARIABEL	32
TABEL 4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN	37
TABEL 4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN UMUR	38
TABEL 4.3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENDAPATAN	39
TABEL 4.4 UJI VALIDITAS HARGA	40
TABEL 4.5 UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK	41
TABEL 4.6 UJI VALIDITAS CITRA MEREK	41
TABEL 4.7 UJI VALIDITAS PROMOSI	42
TABEL 4.8 UJI VALIDITAS MINAT BELI	43
TABEL 4.9 UJI REALIBILITAS	43
TABEL 4.10 UJI REGRESI LINEAR GANDA	44
TABEL 4.11 UJI F	45
TABEL 4.12 UJI T	46
TABEL 4.13 UJI KOEFISIEN DETERMINASI	48

DAFTAR GRAFIK

GRAFIK 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN	28
GRAFIK 4.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PRODUK FASHION YANG DIGUNAKAN	39

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli *local brand* pada produk *fashion*. Populasi yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang mengkonsumsi produk *fashion* merek lokal. Sampel yang digunakan sebanyak 119 orang mahasiswa dengan menggunakan *convenience sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi berganda. Hasil penelitian berdasarkan uji hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, citra merek dan promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh *R square* sebesar 0,456. Hal ini menunjukkan bahwa minat beli dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas produk, citra merek dan promosi sebesar 45,6%, sedangkan 54,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Kata Kunci : harga, kualitas produk, citra merek, promosi, minat beli

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price, product quality, brand image and promotion of local brand buying interest in fashion products. The population that became the object in this study is a student of the Faculty of Economics and Business of Muhammadiyah University of Surakarta who consume local brand fashion products. The samples used were 119 students using convenience sampling. The method of analysis used in this study is the method of multiple regression analysis. The result of research based on partial hypothesis test (t test) shows that the variable of price, product quality, brand image and promotion have significant effect to buying interest variable. The result of determination coefficient test (R²) obtained R square equal to 0,456. This shows that buying interest can be explained by price variables, product quality, brand image and promotion of 45.6%, while 54.4% is explained by other factors outside the variables studied.

Keywords: price, product quality, brand image, promotion, buying interest