

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI CELANA
JEANS NEVADA DI MATAHARI DEPARTEMENT STORE
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS BUNG HATTA)**

SKRIPSI



OLEH :

OLIFVIA GUSRI JULIANI

1910011211138

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dan
Bisnis Jurusan Manajemen**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2023

UNIVERSITAS BUNG HATTA



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji hanya berhak diperuntukkan kepada Allah SWT, penulis mengucapkan syukur yang tak bisa diungkapkan atas rahmat dan berkah yang telah penulis terima selama ini. Terutama pada saat penyelesaian skripsi ini yang berjudul “Kualitas Produk, Promosi, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Celana Jeans Nevada di Matahari Departement Store (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta)”. Shalawat dan doa juga penulis ucapkan untuk Nabi Muhammad SAW yang telah membawa manusia ke jalan yang lebih baik dengan risalah hidup akan amal dengan iman dan ilmu pengetahuan dan yang teristimewa kepada Kedua Orang Tua, **Bapak Gusrizal dan Ibu Yasni** yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, menasehati dan mensupport penuh dalam proses perkuliahan dan dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi strata satu di Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta. Proses penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang tak henti-hentinya memberi motivasi, dukungan dan doa demi selesainya *study* ini. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tafdil Husni, S.E., MBA selaku Rektor Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis beserta staf, karyawan Universitas Bung Hatta yang telah memberikan

UNIVERSITAS BUNG HATTA

kemudahan dalam pengurusan administrasi selama perkuliahan dan proses penyelesaian skripsi.

3. Ibu Linda Wati, S.E., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bung Hatta, yang telah mengizinkan saya dalam penyusunan skripsi ini serta mendorong dan memberikan motivasi agar skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Irda, S.E, M.A selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dengan sabar dan ikhlas dari awal mulai perkuliahan sampai pada akhir penyelesaian skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Staf Pengajar Program Studi Manajemen yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalani perkuliahan. Staf administrasi Jurusan Manajemen yang telah membantu penulis selama perkuliahan dan pengurusan skripsi ini.
6. Kakak saya Retno Gusri Pebridani, A.Md, Kep dan Nadya Gusrizal, S.E serta abang ipar Ales Trinoka, A.Md, Kep yang selalu memberikan kasih sayang, mendoakan dan mensupport dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Beserta keluarga penulis yang telah membantu baik moril maupun materil dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Terima kasih kepada sahabat saya Annisa Melati Jamal, Fuan Sa'adah, Tsania Ardhita Pramesti yang telah mensupport dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Terima kasih kepada sahabat KKN saya Diva Rahma Juskriani dan Nabila Putri Sakinah yang telah mensupport dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Terima kasih kepada keluarga pohon pinang yang telah membantu dan mensupport saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada Riki Fadriansyah selaku orang spesial yang telah menemani, mensupport dan membantu skripsi ini berjalan hingga selesai.
12. Semua rekan-rekan satu tim penelitian skripsi yang telah berjuang selama pembuatan hingga skripsi ini selesai.
13. Terima kasih untuk semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi banyak pihak dan khususnya bagi penulis dan kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini, tidak ada yang dapat penulis berikan selain ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya serta untaian doa. Semoga amal baik kalian semua diterima oleh Allah SWT dan mendapatkan balasan berlipat ganda oleh Allah SWT. Aamiin.

Padang, 01 Agustus 2023

Olifvia Gusri Juliani

Npm.1910011211138

UNIVERSITAS BUNG HATTA

LEMBARAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP MINAT BELI CELANA JEANS NEVADA DI
MATAHARI DEPARTEMEN STORE (STUDI KASUS MAHASISWA/I
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BUNG HATTA)

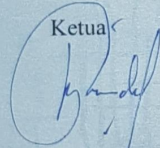
Oleh

Nama : Olifvia Gusri Juliani

NPM : 1910011211138

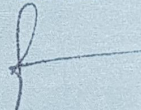
Tim Penguji

Ketua



Irda, S.E., MA

Sekretaris



Surya Dharma, S.E., M.Si

Anggota



Yuhelmi, S.E., MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
pada tanggal 26 Juli 2023

Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Universitas Bung
Hatta Dekan



Dr. Erni Febrina Harahap, S.E., M.Si

iv

JUDUL SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP MINAT BELI CELANA JEANS NEVADA DI
MATAHARI DEPARTEMENT STORE (STUDI KASUS MAHASISWA/I
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BUNG HATTA)**

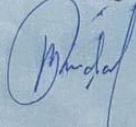
Oleh

Nama : Olifvia Gusri Juliani
NPM : 1910011211138

Telah dipertahankan di depan Tim
Penguji Pada tanggal 26 Juli 2023

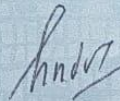
Menyetujui

Pembimbing



Irda, S.E., MA

Ketua Program Studi



Linda Wati, S.E., M.Si

v

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah menulis atau diberikan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 01 Agustus 2023

Olifvia Gusri Juliani

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP MINAT BELI CELANA JEANS NEVADA DI
MATAHARI DEPARTEMENT STORE (STUDI KASUS MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BUNG HATTA)**

Olifvia Gusri Juliani¹, Irda, S.E, M.A²

¹Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

²Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung
Hatta

Email : olifviagusri31@gmail.com , irda@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk, promosi, dan kepercayaan merek terhadap minat beli celana jeans nevada di matahari departement store. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data menerapkan metodologi kuesioner. Sampel dilakukan pemilihan dengan penetapan rumus Slovin. Kuesioner disebarakan 286 orang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta serta kuesioner yang kembali yakni 286 kuesioner. Analisis data menerapkan uji regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS. Hasil penelitian menerangkan bahwa kualitas produk, promosi, dan kepercayaan merek mempengaruhi minat beli celana jeans nevada di matahari. Secara parsial kepercayaan merek tidak berpengaruh terhadap minat beli, di sisi lain kualitas produk dan promosi memiliki nilai positif serta membawa pengaruh terhadap minat beli celana jeans nevada di matahari departement store.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, Minat Beli.

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION, AND BRAND TRUST ON INTEREST IN BUYING IN MATAHARI NEVADA JEANS AT MATAHARI DEPARTMENT STORE (CASE STUDY OF STUDENTS OF THE FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS, BUNG HATTA)

Olifvia Gusri Juliani¹ , Irda, S.E, M.A²

¹Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

²Lecturer In The Management Study Program, Faculty Of Economics and Business, Bung Hatta University

Email : olifviagusri31@gmail.com , irda@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to see the effect of product quality, promotion, and brand trust on buying interest in Nevada jeans at Matahari Department Store. This study uses a quantitative method with data collection using a questionnaire methodology. The sample was selected using the Slovin formula. Questionnaires were distributed by 286 students of the Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University and the questionnaires that returned were 286 questionnaires. Data analysis applied multiple linear regression tests with SPSS tools. The results of the study explain that product quality, promotion, and brand trust affect the intention to buy Nevada jeans at Matahari. Partially, brand trust has no effect on purchase intention, on the other hand, product quality and promotion have a positive value and influence the purchase intention of Nevada jeans at Matahari Department Store.

Keywords: Product Quality, Promotion, Brand Trust, Purchase Intention.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
LEMBARAN PENGESAHAN	iv
JUDUL SKRIPSI	v
PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Praktis	9
2. Manfaat Teoritis	9
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	11
2.1 Kajian Literatur	11
2.1.1 Minat Beli	11
2.1.2 Kualitas Produk	13
2.1.3 Promosi	15
2.1.4 Kepercayaan Merek	16
2.2 Pengembangan Hipotesis	17
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	17
2.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	18
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	19
2.2.4 Kerangka Konseptual	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Jenis Penelitian	24
3.2 Objek, Populasi, dan Sampel Penelitian	24
3.2.1 Objek	24
3.2.2 Populasi	24
3.2.3 Sampel	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26

3.4 Definisi Operasional	27
3.4.1 Minat Beli	27
3.4.2 Kualitas Produk	28
3.4.3 Promosi	28
3.4.4 Kepercayaan Merek	28
3.5 Pengukuran Instrumen	29
3.6 Teknik Analisis Data	29
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	30
3.6.2 Analisis Deskriptif	31
3.6.3 Uji Normalitas	33
3.6.4 Koefisien Determinasi	33
3.6.5 Regresi Linear Berganda	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Response Rate	36
4.1.2 Profil Responden	37
4.1.3 Uji Validitas dan Realibilitas	38
4.1.3.1 Minat Beli	39
4.1.3.2 Kualitas Produk	40
4.1.3.3 Promosi	41
4.1.3.4 Kepercayaan Merek	41
4.1.4 Analisis Deskriptif	42
4.1.4.1 Minat Beli	43
4.1.4.2 Kualitas Produk	45
4.1.4.3 Promosi	46
4.1.4.4 Kepercayaan Merek	47
4.1.5 Uji Normalitas	48
4.1.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	49
4.1.7 Koefisien Determinasi	50
4.1.8 Uji Hipotesis	51
4.2 Pembahasan	53
4.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	53
4.2.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	54
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli	55
BAB V PENUTUP	56
5.1 Kesimpulan	56

5.2 Implikasi Praktis	56
5.3 Keterbatasan dan Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 10 Selling Brand Matahari Basko Grand Mall.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Pengukuran Instrumen.....	29
Tabel 3.2 Tingkat Capaian Responden (TCR).....	33
Tabel 4.1 <i>Response Rate</i>	36
Tabel 4.2 Profil Responden.....	37
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Beli.....	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi.....	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek.....	42
Tabel 4.7 Klasifikasi TCR.....	43
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli.....	44
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	45
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Promosi.....	46
Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Nilai Residual.....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	51
Tabel 4.17 Hasil Uji T.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Top Brand Award Nevada.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	23