

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN
HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN REFFIL
PARFUM FRANADA DI KOTA TANGERANG**

SKRIPSI



NAMA : NADA MUTIARA DANIE

NPM : 1810011211100

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama : Nada Mutiara Danie

Npm : 1810011211100

Program Studi : Strata Satu (S1)

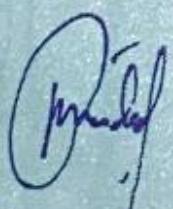
Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga
terhadap Minat Beli Konsumen Refill Parfum Franada di
Kota Tangerang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan
kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian
komprehensif pada hari **Senin, 25 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing



Ilda, S.E., MA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta



Dr. Erni Febrina Harahap, SE., M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul "**Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Refill Parfum Franada di Kota Tangerang**" merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaidah penulisan ilmiah yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 30 Juli 2022
Peneliti



Nada Mutiara Danie

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN REFILL PARFUM FRANADA
DI KOTA TANGERANG**

Nada Mutiara Danie¹, Irdha²

1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

2 Dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung
Hatta

Email : Franada0302@gmail.com , irdasagita@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli konsumen refill parfum franada di kota Tangerang. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah konsumen Refill Parfum Franada Di Tangerang. Dengan jumlah sampel sebanyak 80 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen, harga berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen refill Parfum Franada di Kota Tangerang

Kata Kunci : Media Promosi, Merek, Kualitas Pelayanan, Harga

**THE INFLUENCE OF PROMOTION, SERVICE QUALITY AND PRICE
ON BUYING INTERESTS OF FRANADA'S PARFUM REFILE
CONSUMERS IN TANGERANG CITY**

Nada Mutiara danie¹, Irdita²

1 Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University

2 Lecturer in Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta
University

Email : Franada0302@gmail.com , irdasagita@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion, service quality and price on consumer buying interest in Franada perfume refills in the city of Tangerang. The population and sample in this study were consumers of Franada Perfume Refill in Tangerang. With a sample of 80 respondents who were selected using purposive sampling technique. The data analysis method used in this research is PLS.

The results of the study indicate that promotion has a positive effect on consumer buying interest, service quality has a positive effect on consumer buying interest, price has a positive effect on consumer buying interest in Franada Perfume refill in Tangerang City.

Keywords : Promotion, Service Quality, Price

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1 Kajian Literatur	9
2.1.1 Minat Beli	9
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli	9
2.1.1.2 Pentingnya Minat Beli	11
2.1.1.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	13
2.1.2 Promosi	14
2.1.2.1 Pengertian Promosi	14
2.1.2.2 Pentingnya Promosi	15
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Promosi	17

2.1.3 Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	18
2.1.3.2 Faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	20
2.1.4 Harga	20
2.1.4.1 Pengertian Harga	20
2.1.4.2 Pentingnya Harga.....	21
2.1.4.3 Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	22
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	24
2.2.1 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli.....	24
2.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.....	25
2.2.3 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	26
2.3 Kerangka Konseptual	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.1.1 Objek, Populasi dan Sample Penelitian	28
3.1.2 Objek.....	28
3.1.3 Populasi.....	28
3.1.4 Sampel	28
3.2 Jenis dan Sumber data	29
3.3 Defenisi Operasional Variabel	29
3.3.1 Minat Beli	29
3.3.2 Promosi	30
3.3.3 Kualitas Pelayanan.....	31

3.3.4 Harga.....	32
3.4 Teknik Analisis Data	33
3.4.1 Partial Least Square	33
3.4.2 Measurement Model Assessemnt	33
3.5 Analisis Deskriptif.....	34
3.5.1 R Square dan Q square.....	36
3.5.2 Structural Model Assesment.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Deskriptif Umum Responden	38
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	41
4.2 Teknik Analisis Data	42
4.2.1 Measurement Model Assesment	42
4.2.1.1 Convergent Validity	42
4.2.2.2 Diskriminant Validity	45
4.2.2 Analisis Deskriptif	47
4.2.2.1 Measurement Model Assesment	47
4.2.2.2 Promosi	48
4.2.2.3 Kualitas Pelayanan	49
4.2.2.4 Harga	50
4.3 R Square dan Q Square	51

4.4 Structural Model Assesment.....	53
4.4.1 Pembahasan.....	52
4.4.1.1 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	52
4.4.1.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli	53
4.4.1.3 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	54
BAB V PENUTUP	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Implikasi Penelitian	55
5.3 Keterbatasan dan Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Franada Refill Parfum	5
Tabel 2.1 Fenomena Minat Beli Konsumen	6
Tabel 3.1 Kriteria TCR.....	34
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.5 Outer Loading Faktor	41
Tabel 4.6 CA,CR dan AVE	43
Tabel 4.7 Discriminant Validity Dengan Metode Fornell_Lercker C.....	44
Tabel 4.8 Discriminant Validity Dengan Metode Cross Loading.....	45
Tabel 4.9 Minat Beli.....	46
Tabel 4.10 Promosi.....	47
Tabel 4.11 Kualitas Pelayanan	48
Tabel 4.12 Harga	49
Tabel 4.13 R Square Q Square	51
Tabel 4.14 Path Cofficient.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 4.1 Hasil PLS Alghorithm	42