

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI BATIK SURYA DI PASAR TANAH ABANG**

SKRIPSI



Oleh :

**Nama : Abdi Kurniawan
Npm : 1810011211176**

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana
manajemen fakultas ekonomi dan bisnis*

JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUNG HATTA PADANG

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Nama : Abdi Kurniawan

Npm : 1810011211176

Program Studi : Strata Satu (S1)

Jurusan : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Harga Terhadap Minat Beli Batik Surya di Pasar Tanah Abang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Jumat, 22 Juli 2022**.

Disetujui oleh,

Pembimbing

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Reni Yuliviona SE.,M.M.,Ph.D



Universitas Bung Hatta

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

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 ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Padang, 14 juli 2022

Penulis

Abdi Kurniawan

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis ucapkan terlebih dahulu kepada Allah SWT atas segala rahmat dan anugrah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Minat Beli Batik Surya di Pasar Tanah Abang Jakarta**”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta Padang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang telah membantu penulis secara moril maupun materil. Dengan diiringi rasa hormat yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan ilmu , mempermudah urusanku dalam mengerjakan skripsi ini, mengabulkan semua Do'aku, sehingga bisa menjadi Sarjana Manajemen yang mudah – mudahan bermanfaat bagi lingkungan sekitar dan dalam pekerjaan kelak.
2. Teristimewa untuk kedua orang tuaku umik dan ayah yang selalu memberi semangat dan motivasi dalam menjalani semuanya. umik yang telah melahirkan, membesarkan, merawat dan mendidiku dengan penuh keikhlasan, kasih sayang, dan kesabaran. Ayah yang selalu melindungi dan menguatkan dan memberikan nasehat ketika aku salah, terima kasih ayahanda atas nasehat-nasehatnya yang menjadikanku lebih baik. Sekali

lagi terima kasih ayah dan umik selalu sabar menhadapiku yang keras kepala, dukungan dan do'a tulus ayah dan umik sehingga aku bisa mewujudkan semua cita-cita dan impian menjadi seorang Sarjana Manajemen.

3. Kepada nenekku tersayang dan almarhum kakek, terima kasih selalu sayang kepada saya, sehingga saya bisa melaksanakan dan menepati janji sebagai sarjana yang nenek dan almarhum harapkan. Maafkan cucumu yang baru bisa mewujudkannya setelah kakek sudah tiada. Sehingga saya termotivasi menjadi sarjana manajemen saat ini.
4. Ibu Dr. Erni Febriana Harahap, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
5. Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
6. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
7. Bapak Purbo Jadmiko, S.E, M.Sc selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
8. Reni Yuliviona SE., MM., Ph.D selaku pembimbing terimakasih atas semua ilmu yang ibu berikan kepada penulis, baik selama perkuliahan maupun selama proses bimbingan skripsi dengan meluangkan waktu ibu , sehingga terselesaikan skripsi ini.
9. Segenap dosen – dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu yang berharga untuk penulis dan para

staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.

10. terima kasih kepada Sadiyah yang telah sabar mendampingi saya, dan memberikan *support* baik dalam ketenangan maupun motivasi agar penulis dapat menyelesaikan skripsinya tepat waktu.
11. Terima kasih kepada sahabat kuliah dari awal semester satu, Junaidi Hidayat, Vilki Arizal Can, Irvan Ath Thaariq, Aditya Pratama, Novar Ardian Pratama, Anugrah, Nurul Hakiki, Shadira Arsa Salfa, Arif Budiman dan sahabat-sahabat yang lainnya, terimakasih telah banyak membantu dalam membuat skripsi ini dan memberi semangat serta motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih teman-teman manajemen Angkatan 2018 (yang telah bersama-sama dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua kita perbuat menjadi kenangan dan pelajaran dimasa yang akan datang).
13. Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak, demi kesempurnaan penulis pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua, terimakasih.

Padang, 01 Juni 2022

Penulis

Abdi Kurniawan

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, *BRAND IMAGE*, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI BATIK SURYA DI PASAR TANAH ABANG
JAKARTA**

Abdi Kurniawan¹, Reni Yuliviona²

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

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

Email: wiedizar10@gmail.comreniyuliviona@bunghatta.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *brand image* dan harga terhadap minat beli batik surya di pasar Tanah Abang Jakarta. Populasi adalah masyarakat yang ingin membeli batik surya di pasar Tanah Abang Jakarta, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah purposive sampling. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-test statistik untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial atau individu. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *brand image*, dan harga tidak berpengaruh terhadap minat beli Batik Surya. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli Batik Surya.

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Brand Image*, Harga, Minat Beli

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE, AND PRICE ON INTEREST TO BUY SURYA BATIK IN JAKARTA TANAH ABANG MARKET

Abdi Kurniawan¹, Reni Yuliviona²

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

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

Email: wiedzizar10@gmail.comreniyuliviona@bunghatta.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, brand image and price on interest in buying solar batik in the Tanah Abang market, Jakarta. The population is people who want to buy solar batik in the Tanah Abang market, Jakarta, with a total sample of 100 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. The type of data used is primary data through questionnaires. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. Test the hypothesis by using a statistical T-test to prove the effect of the independent variable on the dependent variable partially or individually. The results of this study found that brand image and price had no effect on buying interest in Batik Surya. Product quality had a positive effect on buying interest in Batik Surya.

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

DAFTAR ISI

PERNYATAAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 Kajian Literatur	12
2.1.1 Minat Beli.....	12
2.1.1.1 Pengertian Minat Beli.....	12
2.1.1.2 Pentingnya Minat Beli.....	13
2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	13
2.1.2 Kualitas Produk	14
2.1.2.1 Pengertian Kualitas Produk	14
2.1.2.2 Pentingnya Kualitas Produk	15
2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	15
2.1.3 Brand Image	16
2.1.3.1 Pengertian Brand Image	16
2.1.3.2 Pentingnya Brand Image	17
2.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Brand Image	17
2.1.4 Harga	18
2.1.4.1 Pengertian Harga	18
2.1.4.2 Pentingnya Harga	19
2.1.4.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Harga	20
2.2 Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli	20
2.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli	21
2.2.3 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	22
2.3 Kerangka Konseptual	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN.....	24
3.1 Objek	24
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	24

3.2.1 Populasi	24
3.2.2 Sampel.....	24
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.4 Definisi Operasional Variabel	25
3.4.1 Minat Beli.....	25
3.4.1.1 Indikator Minat Beli	25
3.4.2 Kualitas Produk	26
3.4.2.1 Indikator Kualitas Produk	26
3.4.3 Brand Image	27
3.4.3.1 Indikator Brand Image.....	27
3.4.4 Harga	27
3.4.4.1 Indikator Harga.....	27
3.5 Teknik Analisis Data	28
3.5.1. <i>Measurement Model Assesment</i>	28
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	29
3.5.3 <i>R Square dan Q square</i>	31
3.5.4 <i>Structural Model Assesment</i>	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Deskriptif Umum Responden	33
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	35
4.2 Teknik Analisis data.....	37
4.2.1 <i>Measurement Model Assesment</i>	37
4.2.1.2 <i>Convergent Validity</i>	37
4.2.1.3 <i>Diskriminant Validiity</i>	40
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	43
4.2.2.1 Minat beli (Y).....	43
4.2.2.2 Kualitas Produk (X1).....	44
4.2.3 <i>R- Square dan Q Square</i>	47
4.2.4 <i>Struktural Model Assesment</i>	48
4.2.5 Pembahasan	49
4.2.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat beli Konsumen Batik Surya di Jakarta.....	49
4.2.5.2 Pengaruh Brand Image Terhadap Minat beli Konsumen Batik Surya di Jakarta.....	50
4.2.5.3 Pengaruh Harga Terhadap Minat beli Konsumen Batik Surya di Jakarta.....	51
BAB V PENUTUP.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Implikasi Penelitian.....	53

5.3 Saran.....	54
5.4 Keterbatasan Penelitian.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56