

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI PADA ROTI KHASANAH SARI CABANG DUKUH ZAMRUD**

Skripsi diajukan Untuk Melengkapi
Persyaratan Mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Januar Yudha Pratama

NPM : 41183402200037



Strata 1

Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS ISLAM "45" BEKASI

FAKULTAS EKONOMI

2025

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ROTI KHASANAH SARI CABANG DUKUH ZAMRUD

Tanggal : 30 Januari 2025

Oleh

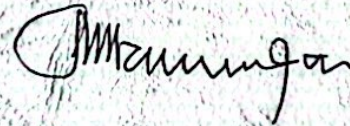
Januar Yudha Pratama
NPM : 41183402200037

Penguji I



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Penguji II



Kurniawati Mulyanti, S.E., M.M.

Mengetahui,
Pembimbing



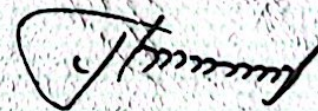
Isti Puji Hastuti S.E., M.E.

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.

Ketua Jurusan Manajemen



Luthpiyah Juliandara, S.E., M.M.

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI ROTI KHASANAH SARI CABANG DUKUH ZAMRUD

Tanggal : 22 Januari 2025

Oleh

Januar Yudha Pratama

NPM : 41183402200037

Disetujui,
Pembimbing

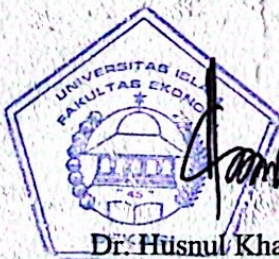


Isti Puji Hastuti, S.E., M.E.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si.



Luthpiyah Juliandara, S.E., MM.

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Januar Yudha Pratama

NPM 41183402200037

Judul Skripsi/Penelitian : Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Roti Khasanah Sari Cabang Dukuh Zamrud

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran asli saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi manapun, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan sudah tertera pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti merupakan duplikasi atau plagiarisme ataupun terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik dan sanksi yang berlaku. Demikian lembar pernyataan ini saya buat sebagai pertanggungjawaban ilmiah tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Bekasi, 12 Desember 2024

Yang menyatakan



Januar Yudha Pratama

ABSTRAK

Januar Yudha Pratama

Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Roti Khasanah Sari Cabang Dukuh Zamrud.

xvi + 147 Halaman + 26 Tabel + 2 Gambar + 19 Lampiran

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Minat Beli.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Roti Khasanah Sari Cabang Dukuh Zamrud. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden kepada calon konsumen yang berminat, bersedia dan berkeinginan membeli produk dari Khasanah Sari Cabang Dukuh Zamrud. Pada penelitian ini menggunakan metode *puposive sampling*. Analisis data menggunakan analisi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 25.

Dalam penelitian ini menunjukkan koefisien regresi (β_1) variabel Citra Merek senilai 0.428, (β_2) variabel harga senilai 0.373 dan (β_3) variabel kualitas produk senilai 0.094. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli, dengan hasil t-hitung sebesar 2.709 lebih besar dari t-tabel sebesar 1.660 dengan tingkat signifikansi 0.008 lebih kecil dari 0.05. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli, dengan hasil t-hitung sebesar 2.646 lebih besar dari t-tabel sebesar 1.660 dengan signifikansi 0.010 lebih kecil dari 0.05. Lalu variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, dengan hasil t-hitung sebesar 1.026 lebih kecil dari t-tabel sebesar 1.660 dengan signifikansi 0.307 lebih besar dari 0.05. Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas yaitu Citra Merek, harga dan kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu minat beli pada roti khasanah sari cabang dukuh zamrud dengan nilai F-hitung sebesar 33.437 lebih besar dari nilai f-tabel ($\alpha = 0.05$ $df = 3$ $df_2 = 96$) = 2.70 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0.05. Hasil koefisien determinasi menunjukkan adanya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dengan interpretasi koefisiennya adalah 0.715 dan nilai *R square* sebesar 0.511.

Daftar Pustaka : 137 (2009-2024)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim,

Assalamualaikum wr.wb.

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan ridhonya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Roti Khasanah Sari Cabang Dukuh Zamrud”. Skripsi ini diajukan untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.

Penulis menyadari bahwa selama proses penelitian berlangsung, tentu tidak terlepas dari hambatan. Tetapi, dengan adanya bimbingan dari dosen pembimbing, dukungan serta doa dari orang tua dan semua pihak yang ikut terlibat dalam proses penelitian ini, maka hambatan yang ada dapat terlewati.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan rasa terima kasih atas segala bentuk saran, bantuan, kritikan, motivasi, dukungan, bimbingan dan doa kepada :

1. Ibu Isti Pujiastuti S.E., M.E. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, meluangkan waktu, tenaga, pikiran, saran serta masukan pengarahan dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini dengan baik kepada saya. Sekali lagi terima kasih banyak ibuku.
2. Ibu Luthpiyah Juliandara S.E., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
3. Ibu Dr. Husnul Khatimah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi.
4. Bapak/ibu dosen dan semua staff tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Islam “45” Bekasi yang telah memberikan pengetahuan dan bekal ilmu yang lebih baik.

5. Skripsi ini saya persembahkan kepada orang tua saya yang saya cintai, yaitu Ayah Saeful dan Ibu Niati serta adik-adik saya, sebagai salah satu ucapan terima kasih penulis sedalam-dalamnya yang selalu mendoakan, memberikan motivasi dan kasih sayangnya serta pengorbanan mulianya, baik itu segi moral maupun dari segi materi. Semoga dengan penyelesaian skripsi ini bisa mengobati sedikit rasa lelah dan jerih payah Ayah-ku dan Ibu-ku tersayang, serta dapat membingkai raut bangga dan senyum bahagia diwajah mereka.
6. Kepada bapak/ibu selaku pimpinan, karyawan dan jajaran staff Khasanah Sari, saya ucapkan terima kasih banyak atas bantuan serta menerima saya sebagai penulis dan sudah memberikan tempat penelitiannya sebagai tugas akhir saya.
7. Lalu saya ucapkan sangat terima kasih banyak kepada kekasih saya yaitu Feby Tiara Sopian yang telah menemani saya dalam mengerjakan skripsi serta selalu mendukung, membantu dan mendoakan saya dalam mengerjakan penelitian ini, berkat itu membuat saya selalu semangat dan pantang menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman angkatan 2020 jurusan manajemen yang telah sama-sama berjuang dalam mengerjakan skripsi, saya ucapkan terima kasih atas segala suka dan duka serta kenangan yang begitu indah yang menemani di masa-masa saya kuliah ini.
9. Kepada kucing-kucing saya serta kucing-kucing jalanan yang saya temui dan beri makan, saya ucapkan terima kasih karna berkat mereka saya jadi tau arti dari kasih sayang, membantu makhluk hidup serta arti teman yang sesungguhnya.
10. Kepada semua responden, penulis mengucapkan terima kasih banyak telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner yang dibagikan oleh penulis,

11. Seluruh pihak yang secara langsung atau tidak langsung yang telah membantu, memberikan semangat, dukungan serta doa kepada penulis. Terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati, penulis mengharap saran dan kritik yang dapat membangun dalam menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak dan bagi kemajuan di bidang manajemen pemasaran. Amiin.

Wassalamualaikum wr.wb.

Bekasi, 12 Desember 2024

Penulis,

Januar Yudha Pratama

41183402200037

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	Error!
Bookmark not defined.	
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Ruang Lingkup Atau Pembatasan Masalah.....	12
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Tujuan.....	13
1.4.2 Manfaat.....	13
1.5 Sistematika Pelaporan.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Pemasaran	16
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	16
2.1.2 Bauran Pemasaran	17
2.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	18
2.3 Pembeli Potensial	19
2.3.1 Pengertian Pembeli Potensial	19

2.4 Minat Beli	19
2.4.1 Pengertian Minat Beli	19
2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	22
2.4.3 Indikator Minat Beli	23
2.5 Citra Merek.....	23
2.5.1 Pengertian Citra Merek.....	23
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	24
2.5.3 Indikator Citra Merek	25
2.6 Harga	26
2.6.1 Pengertian Harga	26
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga	28
2.6.3 Indikator Harga.....	29
2.7 Kualitas Produk	30
2.7.1 Pengertian Kualitas Produk	30
2.7.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	31
2.7.3 Indikator Kualitas Produk.....	32
2.8 Penelitian Terdahulu	33
2.9 Kerangka Pemikiran	37
2.10 Hipotesis	39
 BAB III METODE PENELITIAN	 42
3.1 Desain Penelitian	42
3.1.1 Metode Penelitian.....	42
3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	42
3.1.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.2 Jenis dan Sumber Data	43
3.3 Teknik Pengumpulan Data	44
3.4 Instrumen Penelitian	45
3.4.1 Variabel Minat Beli (Y).....	46
3.5 Deskripsi Variabel Penelitian	47

3.5.1 Variabel Citra Merek (X_1).....	47
3.5.2 Variabel Harga (X_2).....	47
3.5.3 Variabel Kualitas Produk (X_3).....	48
3.6 Metode Analisis Data	49
3.6.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	49
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
3.6.4 Alat Uji Hipotesis Penelitian.....	53
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	55
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.1.1 Deskripsi Singkat Perusahaan	57
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	57
4.2 Deskripsi Subjek Penelitian.....	57
4.3 Profil Responden	58
4.4 Deskripsi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.5 Hasil Uji Validitas	60
4.6 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	62
4.7 Deskripsi Analisis Data	63
4.7.1 Deskripsi Responden Variabel Minat Beli (Y)	63
4.7.2 Deskripsi Responden Variabel Citra Merek (X_1)	65
4.7.3 Deskripsi Responden Variabel Harga (X_2).....	67
4.7.4 Deskripsi Responden Variabel Kualitas Produk (X_3).....	69
4.8 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
4.8.1 Uji Normalitas	71
4.8.2 Uji Multikolinearitas	73
4.8.3 Uji Heteroskedastisitas	73
4.9 Hasil Uji Hipotesis.....	74
4.9.1 Hasil Uji Asumsi Linear Berganda.....	74

4.9.2 Hasil Uji Signifikansi Hipotesis (Uji-T).....	77
4.9.3 Hasil Uji F	78
4.9.4 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79
4.10 Pembahasan	80
4.10.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	80
4.10.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli.....	81
4.10.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	83
4.10.4 Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Roti.....	84
4.11 Kelemahan Penelitian	85
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	 86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran	87
 DAFTAR PUSTAKA	 90

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating Toko Khasanah Sari Cabang Dukuh Zamrud	4
Tabel 1.2 Persepsi Konsumen Tentang Minat Beli.....	5
Tabel 1.3 Persepsi Konsumen Tentang Citra Merek	6
Tabel 1.4 Jumlah Harga Pesaing.....	8
Tabel 1.5 Persepsi Konsumen Tentang Harga	9
Tabel 1.6 Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Produk.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Nilai Skala Likert.....	45
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1).....	60
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Harga (X2)	61
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas(X3).....	61
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	62
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	62
Tabel 4. 8 Skor Jawaban Responden Terhadap Minat Beli (Y).....	63
Tabel 4. 9 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X1).....	65
Tabel 4. 10 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga (X2)	67
Tabel 4. 11 Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X3)	69
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas 2 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	72
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients	73
Tabel 4. 14 Variables Entered/Removed	75
Tabel 4. 15 Regresi Linear Berganda Coefficients	75
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis (Uji T) Coefficients	77
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) Anova.....	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Rating Google Maps.....	3
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot) Coefficients ^a	74

Lampiran 19 Hasil Turnitin

