

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK
SKINCARE “SOMETHINC”**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

LIONY FARIZKHA TAZTYA

Nomor Pokok :K.2019.1.34917

Jurusan :Manajemen

Program Studi : Manajemen Keuangan

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEÇWARA

MALANG

2023

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK
SKINCARE “SOMETHINC”
SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

LIONY FARIZKHA TAZTYA

Nomor Pokok :K.2019.1.34917

Jurusan :Manajemen

Program Studi : Manajemen Keuangan

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
MALANGKUÇEÇWARA
MALANG
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN MINAT BELI PRODUK SKIN CARE "SOMETHINC"
DI KOTAMALANG

Oleh:

LIONY FARIZKHA
TAZTYAK.2019.1.34917

Telah dipertahankan di depan dosen penguji
pada tanggal: 15 Februari 2023 dan
dinyatakan LULUS

Menyetujui,
Dosen Pembimbing,



Drs. TAUFIK DJAFRI, MM

Mengetahui,
Ketua STIE Malangkuçewara,

Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 03 Februari 2023



Liony Farizka Tasya

NPK : K.2019.1.34917

SURAT KETERANGAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. Taufik Djafri, MM
NIK : 202.710.019

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari :

Nama : Laony Farizka Taztya
NPK : K.2019.1.34917
Program Studi :
Alamat :
No Hp :
E-mail : .000

Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkeçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data yang diambil dari :

Responden yang berdomisili di kota Malang.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul :

"PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKIN CARE SOMETHINC DI KOTA MALANG"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 03 Januari 2023
Dosen Pembimbing skripsi,



(Drs. Taufik Djafri, MM)
NIK. 202.710.019

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orangtua yang memberikan doa dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Bunyamin, MM, Ph.D selaku ketua STIE Malangkuçeçwara
4. Ibu Dr. Lindananty, MM selaku ketua program studi manajemen
5. Bapak Drs. Taufik Djafri, MM selaku dosen pembimbing
6. Bapak Drs. Eko Sudjawoto, MM selaku dosen wali
7. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada UKM Apostolos dan Manajemen A yang telah memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
8. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pada sahabat saat kuliah khususnya Nanda, Ayu, Angel yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini
9. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pada partner bimbingan khususnya Fiona yang telah membantu dan memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
10. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pada sahabat di kos CK 2 khususnya Dinar, Bigel, Okta, Pipin, Mey, Angel, dan Rere yang telah memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
11. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pada Rahkot khususnya Mirna, Vania, Manda, dan Savira yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
12. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pada Persepupuan Nenek Komplek khususnya Chika, Anggi, dan Nona yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini

13. Ucapan terima kasih kepada sahabat SMP khususnya Chantika yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
14. Ucapan terima kasih kepada sahabat yang jauh di Semarang khususnya intan yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
15. Ucapan terima kasih untuk partner tersayang khususnya Dustin Altaf yang telah menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
16. Semua Pihak yang telah membantu selesainya pembuatan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan Namanya satu persatu.

Malang, 03 Febuari 2023

Penulis,

Liony Farizkha Taztya

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of promotion, product quality, and consumer perceptions on the intention to purchase Somethinc Skin Care products. This type of research combines quantitative research with descriptive analysis. SPSS analysis version 16.0 is the study method that researchers use, with a sample of 50 respondents. This study uses primary data obtained by distributing questionnaires. The results of this study indicate that promotion has a significant positive effect on purchase intention, product quality has a significant positive effect on purchase intention, and consumer perception has a significant positive effect on purchase intention.

Keywords: Promotion; product quality; consumer perceptions; purchase intention.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap minat beli produk *skin care something*. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan analisis deskriptif. Analisis SPSS ver 16.0 adalah metode kajian yang peneliti gunakan, dengan sampel sebanyak 50 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli, persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Promosi, kualitas produk, dan persepsi konsumen secara simultan berpengaruh positif terhadap minat beli

Kata kunci: promosi; kualitas produk; persepsi Konsumen; minat beli.

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat-Nya dan penyertaan-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Skin Care Somethinc Di Kota Malang”. Dalam skripsi ini membahas mengenai pengaruh promosi, kualitas produk dan persepsi konsumen terhadap minat beli produk skincare. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi di STIE Malangkuçewara Malang. Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak hambatan yang penulis alami namun, berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan sangat baik. Penulis beranggapan bahwa skripsi ini merupakan hasil kerja keras dan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Namun, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang dapat membangun sangatlah diharapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE “SOMETHINC”	2
LEMBAR ORISINALITAS.....	3
SURAT KETERANGAN RISET.....	4
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	5
UCAPAN TERIMA KASIH	6
ABSTRACT	8
ABSTRAK.....	9
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I.....	14
PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	17
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Tinjauan teori	19
2.1.1 Pengertian Promosi	19
2.1.1.2 Fungsi dan Tujuan Promosi	19
2.1.1.3 Bauran Promosi.....	21
2.1.4 Kualitas Produk.....	23
2.1.5 Persepsi Konsumen	27
2.1.6 Minat Beli	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Konseptual	38
2.4 Hipotesis.....	39

2.4.1 Pengembangan Hipotesis	42
BAB III.....	45
METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Jenis penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.2.1 Populasi Penelitian	45
3.2.2 Sample Penelitian.....	45
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	47
3.3.1 Variabel bebas (independent variable).....	48
3.3.2 Variabel Terikat (Dependent Variable).....	49
3.4 Metode Penumpukan Data	52
3.4 Prosedur Analisis.....	53
3.4.1 Analisis Deskriptif	53
3.4.2 Uji Validitas	53
3.4.3 Uji Reliabilitas	54
3.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
3.4.6 Uji koefisien determinasi (R^2).....	56
3.4.7 Uji Kelayakan Model (Goodness of fit).....	57
3.4.8 Uji Signifikasi Parameter Individual.....	57
BAB IV.....	58
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	58
4.1.2 Jenis Kelamin	58
4.1.3 Usia	59
4.1.4 Kategori Pemakaian Responden	59
4.2 Analisis Data	59
4.2.1 Analisis Deskriptif	59
4.2.2 Uji Validitas	60
4.2.3 Uji Reliabilitas	63
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.3 Pengujian Model dan Pengujian Hipotesis	67
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	68

4.3.3 Uji Kelayakan Model (Goodness of fit).....	69
4.3.4 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t).....	70
4.4 Pembahasan.....	71
4.4.1 Pengaruh Promosi terhadap minat beli	71
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap minat beli	72
4.4.3 pengaruh persepsi konsumen terhadap minat beli	73
4.4.4 Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Persepsi Kosumen terhadap minat beli.....	74
BAB V	76
PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran.....	
5.3 Keterbatasan Penelitian	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian terdahulu,.....	20
Tabel 3.3 Operasionalisasi variabel.....	39
Tabel 3.4 Skala Likert	41
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif.....	48
Tabel 4.2	50
Tabel 4.3.....	50
Tabel 4.4.....	51
Tabel 4.5.....	52
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.7 Uji Normalitas	54
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.10 Durbin Watson	57
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linear	58
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.13 Uji F Simultan	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	27
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	82
HASIL VALIDITAS	82
HASIL REGRESI	89
HASIL DATA	97
FREKUENSI DATA	103
TABEL T	104
TABEL F.....	105
TABEL DW	106
TABEL R	107