

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI SEPATU REEBOK
PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS NASIONAL**

TUGAS AKHIR

OLEH :

SINGGIH ARIA CIPTAWAN

(203402516061)



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2024**

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI SEPATU REEBOK
PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS NASIONAL**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

OLEH :

SINGGIH ARIA CIPTAWAN

(203402516061)



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SEPATU REEBOK PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS NASIONAL

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali yang jelas rujukannya. Tugas Akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Selain data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 14 Agustus 2024



Singgih Aria Ciptawan

LEMBAR PERSETUJUAN


Judul Tugas Akhir : **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS
PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP
MINAT BELI SEPATU REEBOK PADA
MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
UNIVERSITAS NASIONAL**

Nama : Singgih Aria Ciptawan

Nomor Pokok : 203402516061

Program Studi : Manajemen

**Menyetujui,
Pembimbing**


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen


(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Minat Sepatu Reebok Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nasional**


Nama : Singgih Aria Ciptawan

Nomor Pokok : 203402516061

Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Nasional


**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir**


(Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.)

Ketua penguji,

Anggota/Penguji,


(Dr. Herry Krisnandi, S.E., M.M.)


(Atsari Sujud, S.E., M.M.)

**Mengetahui,
Dekan**


(Prof. Dr. Suryono Efendi, S.E., M.B.A., M.M.)

Jakarta, 14 Agustus 2024

Tanggal Lulus: 23 Agustus 2024

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI SEPATU REEBOK PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS NASIONAL

Oleh : Singgih Aria Ciptawan

NIM : 203402516061

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas produk, dan citra merek terhadap minat beli sepatu reebok. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan metode penelitian kuantitatif. Data penelitian ini menggunakan data primer dengan bentuk penyebaran kuesioner kepada 100 mahasiswa prodi manajemen Universitas Nasional. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel Promosi berpengaruh positif & signifikan terhadap Minat Beli, Kualitas Produk berpengaruh positif & signifikan terhadap Minat Beli, Citra Merek berpengaruh positif & signifikan terhadap Minat Beli. Dengan Hasil penelitian ini diharapkan Reebok melakukan peningkatan terhadap promosi, kualitas produk, dan citra merek yang dapat meningkatkan minat beli.

Kata kunci : *Promosi, Kualitas Produk, Citra Merek, Minat Beli, Reebok*

ABSTRACT

*INFLUENCE OF PROMOTION, PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE ON
THE INTEREST IN BUYING REEBOK SHOES IN STUDENTS OF THE
NATIONAL UNIVERSITY MANAGEMENT STUDY PROGRAM*

By: Singgih Aria Ciptawan

Student ID Number: 203402516061

Thesis, under the guidance of Mr. Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.

This study aims to analyze the influence of promotion, product quality, and brand image on the buying interest of reebok shoes. The research method used in this study is a quantitative research method. This research data uses primary data in the form of distributing questionnaires to 100 students of the National University management study program. The analysis used in this study is multiple linear regression using SPSS version 25.

The results of multiple linear regression analysis showed that the Promotion variable had a positive & significant effect on Buying Interest, Product Quality had a positive & significant effect on Buying Interest, and Brand Image had a positive & significant effect on Buying Interest. With the results of this study, it is hoped that Reebok will make improvements to promotion, product quality, and brand image that can increase buying interest.

Keywords: Promotion, Product Quality, Brand Image, Buying Intrest, Reebok

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. DATA PRIBADI

1. Nama : Singgih Aria Ciptawan
2. Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 14 April 2002
3. Jenis Kelamin : Laki-laki
4. Agama : Islam
5. Status : **Belum Menikah**
6. Alamat Rumah : Jl. Bangka Raya Gg. Haji Nawar
7. Telepon/HP : 085881632522
8. Email : ariaciptawan29@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2008 – 2014 : MI. At-Taqwa, Jakarta Selatan
2. 2014 – 2017 : SMP Negeri 141 Jakarta Selatan
3. 2017 – 2020 : SMA Dharma Karya Jakarta Selatan

Demikian dari daftar riwayat hidup penulis, semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca terima kasih. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Jakarta, 14 Agustus 2024

Singgih Aria Ciptawan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT. Karena berkat rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Citra Merek Terhadap Minat Beli Sepatu Reebok Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nasional”**, dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Adapun maksud dan tujuan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1), pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Nasional Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan bantuan, bimbingan, arahan serta dukungan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A. selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Suryo Efendi, S.E., M.B.A, M.M. selaku Plt. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memotivasi, serta memberikan arahan kepada penulis sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat.
6. Bapak Dr. Elwisam, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.

7. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah mengajarkan, memberikan ilmu pengetahuan dan hikmah bagi anak didiknya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar serta mengajar.

8. Kepada seluruh Staf Administrasi dan Staf Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir.

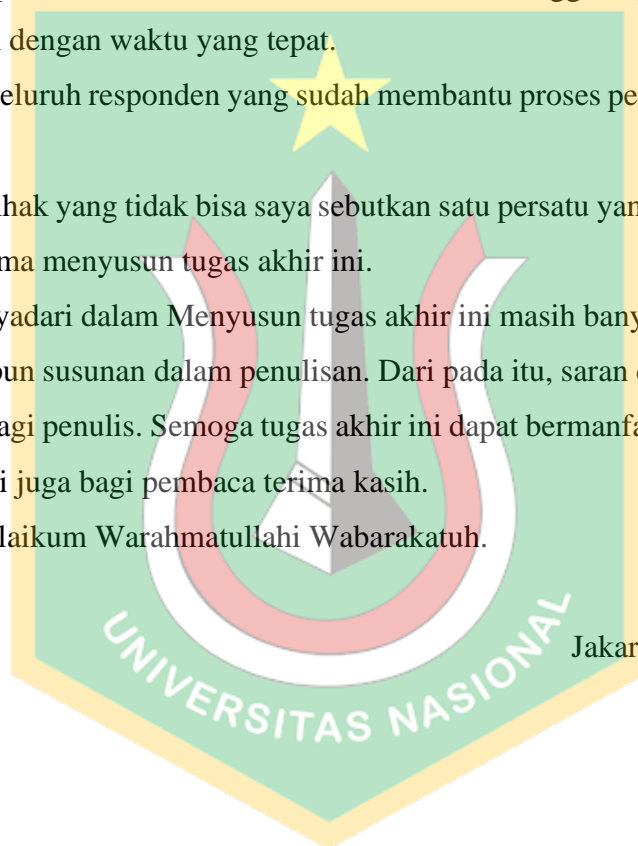
9. Kepada kedua orang tua saya yang tiada hentinya selalu mendoakan, memberi dukungan, menguatkan dan selalu ada dalam situasi apapun selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Nasional sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan waktu yang tepat.

10. Kepada seluruh responden yang sudah membantu proses pengerjaan tugas akhir penulis.

11. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan selama menyusun tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam Menyusun tugas akhir ini masih banyak kekurangan baik dari isi maupun susunan dalam penulisan. Dari pada itu, saran dan kritiknya sangat diperlukan bagi penulis. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat, tidak hanya bagi penulis tetapi juga bagi pembaca terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Jakarta, 13 Agustus 2024

Penulis,

SINGGIH ARIA CIPTAWAN

NPM : 203402516061

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER (DEPAN)	
HALAMAN COVER (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	ii
PENDAHULUAN	ii
A. Latar Belakang	ii
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian & Kegunaan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II	6
TINAJAUAN PUSTAKA	6
A. Teori yang Terkait dengan Variabel Penelitian	6
1. Pemasaran	6
2. Manajemen Pemasaran	6
3. Bauran Pemasaran	7
4. Promosi	9
5. Kualitas Produk	11
6. Citra Merek	13
7. Minat Beli	14

B. Keterkaitan/Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	15
1. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli.....	15
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	16
3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	16
C. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian	17
E. Hipotesis	24
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Objek Penelitian.....	25
B. Data Penelitian.....	25
C. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	27
D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	29
BAB IV	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian.....	35
1. Deskriptif Data Penelitian	35
2. Karakteristik Responden.....	36
3. Analisis Tingkat Presepsi	39
B. Pembahasan	56
BAB V.....	59
KESIMPULAN & SARAN.....	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Top Brand Index	2
Tabel 2 1 Hasil Penelitian Yang Sesuai Rujuan Penelitian	17
Tabel 3 1 Instrumen Skala Likert	27
Tabel 3 2 Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 4 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	37
Tabel 4 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4 4 Instrument Skala Likert	40
Tabel 4 5 Analisis Deskriptif Promosi (X1)	40
Tabel 4 6 Analisi Deskriptif Kualitas Produk (X2)	41
Tabel 4 7 Analisis Deskriptif Citra Merek (X3)	42
Tabel 4 8 Analisis Deskriptif Minat Beli (Y)	43
Tabel 4 9 Uji Validitas Variabel Promosi (X1)	44
Tabel 4 10 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	45
Tabel 4 11 Uji Validitas Citra Merek (X3)	46
Tabel 4 12 Uji Validitas Minat Beli (Y)	47
Tabel 4 13 Uji Reabilitas	48
Tabel 4 14 Uji Normalitas	49
Tabel 4 15 Uji Multikolinieritas	50
Tabel 4 16 Uji Heterokedastisitas	50
Tabel 4 17 Uji Autokorelasi	51
Tabel 4 18 Uji Analisis Linear Berganda	52
Tabel 4 19 Uji Anova	53
Tabel 4 20 Uji Koefisien Determinasi R ²	54
Tabel 4 21 Uji t	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Analisis.....	23
Gambar 4 1 Diagram Presentase responden berdasarkan jenis kelamin.....	37
Gambar 4 2 Diagram Presentase responden berdasarkan usia	38
Gambar 4 3 Diagram Presentase responden berdasarkan pekerjaan	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden.....	63
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	65
Lampiran 3 Tabel Tabulasi.....	71
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	80
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	79
Lampiran 6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
Lampiran 7 Uji Kelayakan Model.....	84

