

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN BRAND IMAGE  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SHAMPO MEREK CLEAR  
(STUDI PADA REMAJA KARANG TARUNA KECAMATAN CILODONG  
KOTA DEPOK)**

**TUGAS AKHIR**

**RAHMANSAH HARAHAHAP**

**193402516035**



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

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN BRAND IMAGE  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SHAMPO MEREK CLEAR  
(STUDI PADA REMAJA KARANG TARUNA KECAMATAN CILODONG  
KOTA DEPOK)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

**RAHMANSAH HARAHAP**

**193402516035**



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

**2023**

## LEMBAR PERNYATAAN

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN BRAND IMAGE  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SHAMPO MEREK CLEAR  
(STUDI PADA REMAJA KARANG TARUNA KECAMATAN CILODONG  
KOTA DEPOK)**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan yang disebutkan Sumbernya, Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar di acara sejenis perguruan tinggi lain. Bila didalamnya terdapat kesalahan serta kekeliruan, maka sepenuhnya sebagai tanggung jawab penulis

Jakarta,



UNIVERSITAS NASIONAL  
C90AKX514155438

Rahmansah Harahap

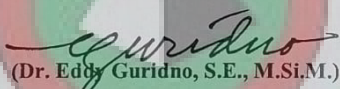
193402516035

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SHAMPO MEREK CLEAR (STUDI PADA REMAJA KARANG TARUNA KECAMATAN CILODONG KOTA DEPOK)

Nama Mahasiswa : Rahmansah Harahap  
Nomor Pokok : 193402516035  
Program Studi : Manajemen

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

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

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen  
  
(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Jakarta, 2023

Jakarta, 7 Agustus 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK SHAMPO MEREK CLEAR (STUDI PADA REMAJA KARANG TARUNA KECAMATAN CILODONG KOTA DEPOK)**

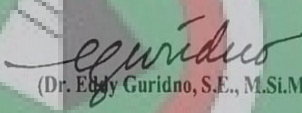
Nama Mahasiswa : Rahmansah Harahap

Nomor Pokok : 193402516035

Program Studi : Manajemen

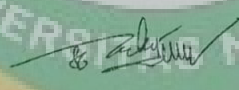
Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

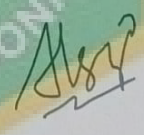
Mengesahkan,  
Pembimbing Tugas Akhir

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

Ketua Penguji

Anggota Penguji

  
(Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M.)

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

Mengetahui

Dekan,



(Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D)

Jakarta,

2023

Jakarta, 12 Agustus 2023

Tanggal Lulus : Jakarta, 18 Agustus 2023

**ABSTRAK**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN *BRAND IMAGE***  
**TERHADAP MINAT BELI PRODUK SHAMPO MEREK CLEAR**  
**(STUDI PADA REMAJA KARANG TARUNA KECAMATAN CILODONG**  
**KOTA DEPOK)**

Oleh :

Rahmansah Harahap

NPM : 193402516035

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

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas produk, harga, dan brand image secara parsial terhadap minat beli pada produk shampo merek clear. Data penelitian ini memakai data utama melalui kuesioner kepada 100 responden dibantu menggunakan perangkat lunak program Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 23.0. hasil penelitian menerangkan bahwa variabel : kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, harga (X2) berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli, brand image (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli .

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

## ABSTRACT

### ***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE ON INTEREST TO BUY CLEAR BRAND SHAMPOO PRODUCTS***

***(STUDY OF YOUTH ORGANIZATION, CILODONG DISTRICT, DEPOK  
CITY)***

By:

Rahmansah Harahap

NPM : 193402516035

*Final Project, under the guidance of Mr. Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M.*

*This study aims to partially analyze the impact of product quality, price, and brand image on buying interest in clear brand shampoo products. The research data uses primary data through questionnaires to 100 respondents assisted by using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 23.0 software. The research results explain that the variables: product quality (X1) has a positive and significant effect on purchase intention, price (X2) has a positive and significant effect on purchase intention, brand image (X3) has a positive and significant effect on purchase intention.*

***Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Intention***

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. BIODATA DIRI

1. Nama : Rahmansah Harahap
2. Tempat, Tanggal Lahir : Depok, 26 Februari 2001
3. Jenis Kelamin : Laki Laki
4. Alamat : Kp Sidamukti Rt 04/06 Sukamaju, Cilodong Kota

- 
5. No. Handphone : 088224689528
  6. Status : Belum Menikah
  7. Agama : Islam
  8. Kewarganegaraan : Indonesia
  9. Email : rahmansahharahap480@gmail.com

### B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2006 – 2007 : TK RA YAPIRI
2. 2007 – 2013 : SDN Sukamaju 06
3. 2013 – 2016 : SMP Perintis Depok
4. 2016 – 2019 : SMK 1 Perintis Depok
5. 2019 – 2023 : Universitas Nasional

Jakarta, 14 Juli 2023



Rahmansah Harahap

193402516035



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah, Puji serta syukur atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, atas Rahmatnya serta Kasih Sayangnya dan Karunia-Nya sebagai akibatnya dengan ini penulis menuntaskan penyusunan tugas akhir dengan baik. Tujuan dari penyusunan pada tugas akhir ini merupakan untuk memenuhi suatu syarat untuk mencapai Sarjana strata Satu Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Nasional. setelah tugas akhir ini tidak terlepas dari bimbinganbimbingan dan dukungan dan masukannya serta bantuannya dari banyak sekali pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, MA selaku Rektor pada Universitas Nasional.
2. Bapak Kumba Digdowiseiso, S.E., M.App.Ec., Ph.D. selaku Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Bapak Dr. Eddy Guridno, S.E., M.Si.M. selaku Pembimbing tugas akhir penulis yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya, dan memberikan ilmu yang bermanfaat, serta arahan dan masukannya sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Kepada seluruh anggota Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya dan tanpa mengurangi rasa hormat serta terima kasih banyak yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama menjalani perkuliahan hingga akhir saat ini.
7. Staff Adminiistrasi, serta Sekretariat dan Staff Perpustakaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang turut serta membantu dalam kelancaran penyusunan tugas akhir ini.

8. Kepada Kedua Orang Tua tercinta penulis yaitu Bapak Kasmir Harahap serta Ibu penulis yaitu Ibu Sri Wahyuni yang sudah mendukung, dan memberikan kasih sayangnya, serta mendoakan untuk kelancaran tugas akhir ini serta memberikan fasilitas yang telah di berikan selama ini sehingga membuat penulis diberikan kemudahan untuk menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
9. Kepada Sahabat penulis yaitu Salwa Aulia yang sudah terus memberikan support, motivasi dan semangat kepada penulis dan memberikan doa yang tulus kepada penulis.
10. Kepada para kerabat penulis serta teman- teman yang tidak bisa penulis sebutan satu persatu, yang telah membantu dalam berbagai hal serta serta terima kasih juga atas kebersamaan kalian semua selama masa perkuliahan di Universitas Nasional.

Semoga segala kebaikan dari semua pihak yang telah membantu, menerima balasan dari Allah Subhanahu WaTa'Ala. Penulis menyadari mungkin tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, disebabkan oleh sebab terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Akhir istilah penulis sangat mengucapkan banyak terima kasih pada seluruh pihak. Penulis juga berharap semoga di tugas akhir ini bisa berguna kepada semua pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 14 Juli 2023



Rahmansah Harahap

193402516035

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.i</b>
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 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Manajemen Pemasaran.....	6
1. Pemasaran .....	6
2. Manajemen Pemasaran .....	8
3. Kualitas Produk.....	13
4 Harga.....	15
5. <i>Brand Image</i> .....	21
6. Minat Beli .....	24
B. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	27
C. Hasil Penelitian yang sesuai dengan rujukan terdahulu.....	29
D. Kerangka Analisis .....	30
E. Hipotesis .....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Objek Penelitian .....	33

B. Data Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel.....	34
D. Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	36
E. Definisi Operasional .....	37
F. Metode Analisis .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
A. Hasil Penelitian .....	42
1. Deskripsi Data Penelitian .....	42
2. Profil Singkat Mengenai Shampo Clear .....	42
3. Karakteristik Responden .....	43
4. Analisis Deskriptif.....	46
5. Uji Instrumen.....	53
6. Uji Asumsi Klasik .....	54
7. Uji Regresi Linear Berganda.....	59
8. Uji Kelayakan Model .....	61
9. Pengujian Hipotesis (Uji t).....	62
B. Pembahasan.....	64
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Shampo Clear.....	64
2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Shampo Clear .....	65
3. Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Beli Shampo Clear .....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
A. KESIMPULAN .....	67
B. SARAN.....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	29
Tabel 3. 1 Pengukuran Skala Likert.....	36
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 4. 1 Analisis Ststistik Deskriptif .....	46
Tabel 4. 2 Total Skor Mean Kualitas Produk (X1) .....	49
Tabel 4. 3 Total Skor Mean Harga (X2) .....	50
Tabel 4. 4 Total Skor Mean Brand Image (X3) .....	51
Tabel 4. 5 Total Skor Mean Minat Beli (Y).....	52
Tabel 4. 6 Uji Validitas .....	53
Tabel 4. 7 Uji Reabilitas.....	54
Tabel 4. 8 Uji One Sample Kolmogorov Smirov “monte carlo” .....	56
Tabel 4. 9 Uji Multikorenlialitas .....	57
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedasitas .....	58
Tabel 4. 11 Uji Autokorelasi.....	59
Tabel 4. 12 Uji Regresi Linear Berganda.....	59
Tabel 4. 13 Uji F (Simultan) .....	61
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi (R).....	62
Tabel 4. 15 Pengujian Hipotesis (t).....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Merek Shampo Terlaris Kuartal II-2022.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Analisis .....	31
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Shampo Clear.....	46
Gambar 4. 4 Uji Normalitas .....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden.....	73
Lampiran 2 Tabulasi Responden.....	77
Lampiran 3 Analisis Statistik.....	86
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	88
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	91
Lampiran 6 Uji Linier Berganda.....	93
Lampiran 7 Laporan Bimbingan.....	94
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	95

