

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN
PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA
AROMALOKA**



DISUSUN OLEH:

WILLIEM
1723018038

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2021

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA AROMALOKA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Peryaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Fakultas Kewirausahaan

OLEH:

WILLIEM

1723018038

FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2021

SURAT PERYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Williem

NRP : 1723018038

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada Aromaloka

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 25 November 2021

Yang menyatakan,



Williem

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, kami sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Williem

NRP : 1723018038

Menyetujui karya ilmiah kami,

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Penjualan terhadap
Minat Beli pada Aromaloka

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet / di media lain (Digital Library
Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan
akademik sesuai dengan undang-undang hak cipta

Demikianlah pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini kami buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 29 November 2021

Yang menyatakan,



Williem

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Williem NRP : 1723018038, telah diuji pada tanggal 29 November 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si

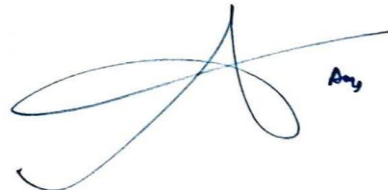
Mengetahui

Dekan,



Dr. Diah Tulipa, M.M.
NIK 172.02.0543

Ketua Prodi,



Aldo Hardi Sancoko, S.E., M.M.
NIK 172.180.997

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI
PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA AROMALOKA

OLEH:

WILLIEM
1723018038

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Veronika Rahmawati, SE., M.Si
Tanggal: 9 NOV 2021

Pembimbing II,



Aldo Hardi Sancoko, SE., MM
Tanggal: 15 Nov 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya telah melimpahkan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan skripsi yang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI PADA AROMALOKA” dengan baik. Penulis juga ingin berterima kasih karena telah mendapat banyak dukungan dan bimbingan dari banyak pihak sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memenuhi syarat menempuh Sarjana kelulusan Fakultas Kewirausahaan, Jurusan Kewirausahaan, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Di dalam pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu dalam banyak hal. Oleh sebab itu, disini penulis sampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Dr. Diyah Tulipa, MM selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Aldo Hardi S., SE., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Veronika Rahmawati, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Bapak Aldo Hardi S., SE., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Kepada Dosen dan Karyawan dan seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan skripsi.
6. Kepada segenap keluarga saya yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, cinta kasih, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang saya tempuh selama ini.
7. Kepada teman-teman yang senantiasa membantu penulis dalam menyelesaikan laporan penulisan skripsi ini, terima kasih atas doa, dukungan, dan saran yang diberikan.

Akhir kata, mengingat keterbatasan yang dimiliki oleh penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi yang jauh dari sempurna ini. oleh karena itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang

hati. Penulis berharap semoga laporan penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 09 November 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Williem', written in a cursive style.

Penulis,

Williem

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Peneliti.....	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKAAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTENSI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	9
2.2.1 Traditional Herbal Drink.....	9
2.2.2 Kualitas Produk.....	10
2.2.2 Citra Merek.....	12
2.2.2 Promosi Penjualan.....	14
2.2.5 Minat Beli.....	16
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	17
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk dengan Minat Beli.....	17
2.3.2. Hubungan Citra Merek dengan Minat Beli.....	18
2.3.2. Hubungan Promosi Penjualan dengan Minat Beli.....	18
2.4 Kerangka/Model Konseptual.....	18
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	19
BAB 3. METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian.....	20
3.2 Obyek Penelitian.....	20
3.3 Populasi & Sample.....	21
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	23
3.5.1. Variabel Penelitian.....	23
3.5.2. Definisi Operasional.....	23
3.6 Statistik Deskriptif.....	25

3.7 Pengujian Data	26
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	26
3.7.2 Uji Asumsi	28
3.7.3 Uji Model	31
3.7.4 Uji Hipotesis	31
3.7.5 Analisis Regresi Berganda	32
BAB 4. ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner	34
4.2 Gambaran Umum Responden	35
4.3 Hasil Penguji Kualitas Data	38
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	38
4.3.2 Hasil Uji Asumsi	41
4.3.3 Hasil Uji Model	44
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis	45
4.4 Analisis Regresi Berganda	46
4.5 Pembahasan	48
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	54
5.3 Keterbatasan Penelitian	55
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Jurnal Acuan	9
Tabel 3.1	Skala Likert	23
Tabel 4.1	Pembagian dan Pengembalian Kuesioner	34
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	35
Tabel 4.3	Karakteristik Usia Responden.....	36
Tabel 4.4	Karakteristik Domisili Responden	36
Tabel 4.5	Karakteristik Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 4.6	Karakteristik Pendapatan Responden	38
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	39
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	39
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan.....	39
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli.....	40
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.12	Statistik Uji Normalitas	42
Tabel 4.13	Uji Multikolinieritas	44
Tabel 4.14	Uji Autokorelasi	44
Tabel 4.15	Uji Model F.....	45
Tabel 4.16	Uji Hipotesis	45
Tabel 4.17	Analisis Regresi Berganda	47
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rerata Konsumsi Obat Tradisional dan Modern Penduduk Indonesia	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	19
Gambar 4.1 Grafik 1 Uji Normalitas	41
Gambar 4.2 Grafik 2 Uji Normalitas.....	42
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pertanyaan Kuesioner.....	57
Lampiran 2: Hasil Kuesioner.....	60
Lampiran 3: Karakteristik Responden.....	72
Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas	74
Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik	78
Lampiran 6: Uji F dan Uji T	80

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PROMOSI PENJUALAN PADA MINAT BELI PADA AROMALOKA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli pada Aromaloka. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian penjelasan (*explanatory research*) dan jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode analisis statistic regresi berganda untuk menghubungkan Kualitas Produk (X_1), Citra Merek (X_2) dan Promosi Penjualan (X_3) terhadap Minat Beli (Y). Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online (e-kuesioner) melalui *google form* yang selanjutnya dilakukan *screening* dan alat bantu menggunakan *software SPSS Version 26*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kota Surabaya yang memiliki umur 15-60 tahun yang pernah mengkonsumsi minuman praktis dan minuman herbal tradisional. Sampel yang di ambil dalam penelitian ini sebesar 125 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan hasil sebagai bahwa Kualitas Produk (X_1) memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli (Y), kemudian Citra Merek (X_2) memiliki pengaruh yang positif terhadap Minat Beli (Y) dan Promosi Penjualan (X_3) memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli (Y). berdasarkan hasil penelitian ini hendaknya Aromaloka tetap mempertahankan dan meningkatkan Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Minat beli.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi Penjualan dan Minat Beli

THE EFFECTS OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND SALES PROMOTION ON PURCHASE INTENTION ON AROMALOKA

This study aims to reveal the effects of product quality, brand image and sales promotion on purchase intention on Aromaloka. This study uses an explanatory research type and the type of approach used is a quantitative approach. This study uses a quantitative approach by using multiple regression statistical analysis methods to link Product Quality (X1), Brand Image (X2) and Sales Promotion (X3) on Purchase Intention (Y). Data collection was obtained through the distribution of online questionnaires (e-questionnaires) by via google form which was then screened and assisted using SPSS Version 26 software. The population in this study were people in the city of Surabaya who were aged 15-60 years who had consumed practical drinks. and traditional herbal drinks. The sample taken in this study amounted to 125 respondents. The results of this study show the results as that Product Quality (X1) has a positive influence on Purchase Intention (Y), then Brand Image (X2) has a positive influence on Purchase Intention (Y) and Sales Promotion (X3) has a positive influence on Interest Buy (Y). Based on the results of this study, Aromaloka should maintain and improve product quality, brand image and sales promotion on buying interest.

Keyword: Product Quality, Brand Image, Sales Promotion and Purchase Intention