

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK BUBBLE TEA CHATIME (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS
MIKROSKIL)**




UNIVERSITAS
MIKROSKIL

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2021**

**ANALYSIS THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT
QUALITY AND PROMOTION ON CONSUMER BUYING
INTEREST OF BUBBLE TEA CHATIME PRODUCTS
(CASE STUDY BASED ON MANAGEMENT
PROGRAM STUDENTS OF UNIVERSITAS
MIKROSKIL)**

FINAL RESEARCH

By :

**INDAH MEILINIA SIMANJUNTAK
Student Number : 18.711.1521**



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
FACULTY OF BUSINESS
UNIVERSITAS MIKROSKIL
MEDAN
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK BUBBLE TEA CHATIME (STUDI KASUS
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN UNIVERSITAS
MIKROSKIL)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh:

**INDAH MEILINIA SIMANJUNTAK
187111521**

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

(Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M.)

(Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si.)

Medan, 22 Januari 2022

Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi
Manajemen,

(Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M. Si.)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Indah Meilinia Simanjuntak

Nim : 187111521

Peminatan : Manajemen Bisnis

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan Judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Bubble Tea Chatime (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil)

Tempat Penelitian : Universitas Mikroskil Medan

Alamat Tempat Penelitian : Jl. Thamrin No. 124, 140, 112 Medan

No.Telp Tempat Penelitian : 061-4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non – eksklusif (Non – exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh – sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 22 Januari 2022



(Indah Meilinia Simanjuntak)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bubble Tea Chatime (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*, menggunakan metode *nonprobability sampling* dan menggunakan rumus *slovin* dengan jumlah sampel sebanyak 82 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Bubble Tea Chatime (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil). Selanjutnya hasil secara simultan (Uji F) yang menunjukkan bahwa ketiga variabel *independent* (Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi) berpengaruh terhadap variabel *dependent* (Minat Beli). *Adjusted R²* menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi dapat menjelaskan variasi terhadap variabel Minat Beli adalah sebesar 87,6% dan sisanya sebesar 12,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Minat Beli*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine and analysis the influence of Brand Image, Product Quality and Promotion on Consumer Buying Interest of Bubble Tea Chatime Products (Case Study Based on Management Program Students of Universitas Mikroskil). This study used accidental sampling techniques, used nonprobability sampling method used slovin formula with distributing questionnaires to 82 respondents. The data analysis method used in this study is multiple linear regression. Partial testing (t test) shows that the variables of Brand Image, Product Quality and Promotion affect the Consumer Buying Interest of Bubble Tea Chatime Products (Case Study Based On Management Program Students Of Mikroskil University). Furthermore, the simultaneous results (test F) show that the three of independent variables (Brand Image, Product Quality and Promotion) have an affect on the dependent variable (Buying Interest). Adjusted R^2 shows that the variables of Brand Image, Product Quality and Promotion can explain variations in the Buying Interest variable amounting to 87,6% and the remaining 12,4% explained by other factors not examined in this study

Keywords : *Brand Image, Product Quality, Promotion, Buying Interest*



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Bubble Tea Chatime (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil)”. Yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, arahan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini peneliti dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku Dosen Pembimbing I dan selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang sangat berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II dan selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Mikroskil Medan yang telah bersedia meluangkan segala waktu, tenaga, bimbingan dan arahnya serta motivasi yang berharga baik itu didalam menempuh studi maupun selama penyusunan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Pahala Sirait, S.T., M.Kom., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Pioner Pelawi, S.E., M.Si., selaku dosen wali yang selalu memotivasi dan sangat inspiratif.
5. Seluruh Dosen dan Staf di Fakultas Bisnis Universitas Mikroskil Medan yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan, motivasi dan bimbingan yang sangat berguna bagi peneliti.
6. Orang tua peneliti, Bapak Drs. Mey Donal Simanjuntak dan Ibu Dorisma Silalahi yang telah membesarkan dan mendidik peneliti, yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan doa, dukungan, motivasi dan kasih sayang yang tak terhingga. Kakak peneliti, Lusi Simanjuntak, Yolanda Simanjuntak dan Florensia Simanjuntak, Abang peneliti Paskah Saragih, Otto Banjarnahor dan Tema Daeli yang selalu bertanya mengenai perkembangan pengerjaan skripsi serta selalu memberikan dukungan dan doa.

7. Kepada responden, peneliti mengucapkan terima kasih atas waktunya untuk mengisi kuesioner yang telah dibagikan, berkat responden peneliti bisa mengolah data dan menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat peneliti yang sangat dicintai dan dikasihi dengan kasih Tuhan. Anisa Sinaga, Angelica Milala, Indah Manik, Dinda Mustika, Elsa Huang, Dara Syahfitri, Ruth Sinurat dan seluruh keluarga besar Manajemen Bisnis Mikroskil 2018-2022 yang telah memberikan banyak dukungan, doa, motivasi, dan penghiburan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kakak alumni, yang sangat dihormati dan dikasihi peneliti. Satrianda Banjarnahor, Shafira Aprilianti dan Albayan Deju Nasution. Yang selalu bersedia memberikan waktunya untuk berbagi pengalaman seputar dunia skripsi yang sangat membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Penyanyi favorit peneliti, Andmesh Kamaleng, Kunto Aji dan Tulus atas lagu-lagu indah yang dinyanyikan sebagai *healing* dan penyemangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan

Medan, 22 Januari 2022

Peneliti

(Indah Meilinia Simanjuntak)

3.1.	Jenis Penelitian	33
3.2.	Objek Penelitian	33
3.3.	Populasi dan Sampel	33
3.3.1.	Populasi.....	33
3.3.2.	Sampel.....	33
3.4.	Metode Pengumpulan Data	34
3.4.1.	Data Primer (Penelitian Lapangan).....	34
3.4.2.	Data Sekunder (Studi Kepustakaan)	36
3.5.	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	36
3.6.	Metode Analisis Data	37
3.6.1.	Statistik Deskriptif	37
3.6.2.	Pengujian Kualitas Data.....	38
3.6.3.	Pengujian Asumsi Klasik	39
3.6.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
3.6.5.	Pengujian Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1.	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	43
4.1.2.	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	45
4.1.3.	Gambaran Umum Responden	46
4.1.4.	Hasil Statistik Deskriptif.....	47
4.1.5.	Hasil Uji Kualitas Data	50
4.1.6.	Hasil Uji Asumsi Klasik	55
4.1.7.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.1.8.	Hasil Uji Hipotesis	60
4.2.	Pembahasan	62
4.2.1.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Bubble Tea Chatime	62
4.2.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Bubble Tea Chatime	60
4.2.3.	Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Produk Bubble Tea Chatime	65
4.2.4.	Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Bubble Tea Chatime.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		68

5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	107



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4. 1 Logo Chatime.....	43
Gambar 4.2 Tampilan Chatime di Website Resmi Chatime	44
Gambar 4.3 Tampilan di Shopee.....	44
Gambar 4.4 Tampilan di Gofood	44
Gambar 4.5 Tampilan di Grab	44
Gambar 4.6 Tampilan Instagram Chatime Indonesia	45
Gambar 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Stambuk	46
Gambar 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.9 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	56
Gambar 4.10 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot.....	56
Gambar 4.11 Hasil Uji Normalitas Scatterplot	58



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra-Survei Pemilihan Bubble Tea.....	3
Tabel 1.2 Pra-Survei Citra Merek Bubble Tea Chatime	3
Tabel 1.3 Pra-Survei Pertimbangan Kualitas Produk Bubble Tea.....	5
Tabel 1.4 Pra-Survei Kualitas Produk Bubble Tea Chatime.....	5
Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 4.1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	45
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Citra Merek	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Promosi	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Beli	52
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk.....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Promosi	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Linier Berganda.....	59
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	60
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F)	61
Tabel 4.17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	75
LAMPIRAN 2 DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN	79
LAMPIRAN 3 DISTRIBUSI HASIL STATISTIK DESKRIPTIF	88
LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	90
LAMPIRAN 5 HASIL UJI ASUMSI KLASIK	93
LAMPIRAN 6 HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	96
LAMPIRAN 7 HASIL UJI HIPOTESIS	97
LAMPIRAN 8 TABEL DISTRIBUSI	98
LAMPIRAN 9 DOKUMENTASI PENELITIAN	106



UNIVERSITAS
MIKROSKIL