

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI  
KONSUMEN TERHADAP PRODUK PAKAIAN DI TOKO VANTOP**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH**

**KAROLINA DHIRU**  
**NIM: 2016410163**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS FLORES**

**ENDE**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Nama : KAROLINA DHIRU**

**Nim : 2016410163**

**Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK PAKAIAN  
DI TOKO VANTOP**


Ende, 11 Februari 2021

Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji Skripsi

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

  
**Lambertus Langga, SE., M.Sc**  
NIDN: 08 2507 7101

  
**Maria Endang Jamu, SE., MM**  
NIDN: 08 1410 9101

**Mengetahui**

**Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Flores**



  
**Lambertus Langga, SE., M.Sc**  
NIDN: 08 2507 7101

## LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diujikan dan Disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 11 Februari 2021

Mengetahui,  
Dean Fakultas Ekonomi  
  
Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc  
NIDN: 08 2603 7001

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen  
  
Lambertus Langga, SE., M.Sc  
NIDN: 08 2507 7101

### Tim Penguji:

01 Gabriel Tanusi, SE., M.Si  
NIDN: 08 2706 7101

1. 


02 Yulius Laga, SE., M.Ec.Dev  
NIDN: 08 0507 8703

2. 

03 Maria Helena Carolinda Dua Mea, S.S., MM  
NIDN: 08 3110 8301

3. 

04 Maria Endang Jamu, SE., MM  
NIDN: 08 1410 9101

4. 

05 Lambertus Langga, SE., M.Sc  
NIDN: 08 2507 7101

5. 

MOTTO

**“LELAH ITU PASTI, NAMUN SEMUA AKAN  
INDAH DI WAKTU YANG TEPAT”**

By. Karolina

## **PERSEMBAHAN**

Dengan hati yang tulus sebagai insan yang beriman tentu percaya pada cita-cita dan kini terjawab, dan bukan menjadi sebuah titik akhir perjalanan hidupku demi mencapai sebuah cita-cita dengan hati yang tulus ini melalui goresan pena ku kupersembahkan skripsi ini buat:

1. Tuhan Allah Yang Maha Kuasa yang senantiasa hadir menyertai dan menuntun peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini menuju keberhasilan.
2. Kedua orang tuaku, yang tercinta Bapak Petrus Dato dan Mama Yovita Ona yang tulus membesarkan, membiayai, memotivasi serta mengiringi langkahku dengan doa dan pengorbanan sehingga sampai pada tahap kesuksesan ini .
3. Yang tersayang Patrianus Dari, adik Ivhan Nhona, dan Edwin Embu, yang setia menanti kesuksesanku. Terima kasih atas bantuan serta penyemangat buat saya dalam menjalani masa perkuliaan ini.
4. Seluruh keluarga besar Embu One, Embu Ndozu, Embu Wajja terimakasih yang selalu mensupport saya dengan caranya masing-masing.
5. Sahabat-sahabat seangkatan, terutama Mega Astuti, Rilin Tatok, Efin Kasi, Yuliana, Anas Mbae, Novi Mame, Arny serta semua sahabat yang belum disebutkan namanya satu persatu, yang selalu setia memberi semangat serta memotivasi hingga selesainya skripsi ini.
6. Teman-teman dan adik-adik kostku yang tersayang, Elis Mbere, Asthyn Rera, Erna, Marlyn, Nilda, Priska, Dorkas, Ivan, yang selalu menemani dalam menjalani masa pembuatan skripsi ini.
7. Semua orang yang sudah berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu menyelesaikan skripsi saya ini dengan caranya masing-masing, yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Almamaterku tercinta Universitas Flores
9. Agama, Nusa dan Bangsa ku tercinta

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha esa yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya serta Pertolongan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Pakaian Di Toko Vantop” pembuatan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Flores.

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penelitian ini skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan. Walaupun sangat sederhana, tanpa bantuan dari berbagai pihak pastinya peneliti akan mengalami berbagai macam kesulitan. Oleh karena itu dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Laurentius D. Gadi Djou, Akt selaku Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Universitas Flores.
2. Bapak Dr. Simon Sira Padji, MA selaku Rektor dan para Wakil Rektor Universitas Flores.
3. Ibu Iriany Dewi Suleiman, SE.,M.Sc Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
4. Bapak Lambertus Langga, SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores.
5. Bapak Lambertus Langga, SE.,MM, selaku Pembimbing I dan Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM selaku Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak ibu dosen program studi manajemen yang suda membekali penulis dengan berbagai ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Bapak Ahmad Abdul selaku pemilik Toko Vantop yang telah memberi izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian di tempat usahanya.
8. Semua pihak yang dengan caranya masing-masing telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan akan tetapi sedikit harapan semoga skripsi yang sederhana ini bisa dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Ende, Februari 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAAN</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Pemasaran .....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	8
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	9
2.2 Kualitas Produk .....	10
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk .....	10
2.2.2 Indikator Kualitas Produk .....	11
2.3 Harga .....	12
2.3.1 Pengertian Harga .....	12
2.3.2 Faktor Penetapan Harga .....	12
2.3.3 Indikator .....	13
2.4 Promosi .....	14
2.4.1 Pengertian Promosi .....	14
2.4.2 Alat-Alat Promosi .....	14



2.4.3 Indikator .....	17
2.5 Minat Beli .....	17
2.5.1 Pengertian Beli .....	17
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat .....	18
2.5.3 Indikator .....	19
2.6 Penelitian Terdahulu .....	19
2.7 Kerangka Pemikiran .....	21
2.8 Hipotesis .....	22
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	23
3.2 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian .....	23
3.3 Populasi dan Sampel .....	23
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	26
3.5 Instrumen Penelitian .....	27
3.6 Pengukuran Instrumen Penelitian .....	28
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	29
3.8 Teknik Analisis Data .....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.2 Analisis Data .....	36
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	36
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	37
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	38
4.2.4 Regresi Linear Berganda .....	40
4.2.5 Uji Hipotesis .....	41
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	45
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan .....	50
5.2 Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Pengunjung Pembelian di DistroVantop Tahun 2019 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel .....	25
Tabel 3.2 Pengukuran Instrumen Penelitian .....	28
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas .....	36
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabel .....	37
Tabel 4.5 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	38
Tebel 4.6 Coefficients .....	39
Tabel 4.7 Coefficients .....	40
Tabel 4.8 Coefficients .....	40
Tabel 4.9 Coefficients .....	42
Tabel 4.10 ANOVA .....	44
Tabel 4.11 Model Summary .....	45

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	21
Gambar 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34
Gambar 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	35

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Plagiasi
2. Angket Penelitian
3. Tabulasi Angket Penelitian
4. Uji Validitas dan Reliabilitas
5. Uji Asumsi Klasik
6. Uji Regresi Linear Berganda
7. Surat-Surat
8. Kartu Bimbingan Skripsi

## ABSTRAK

Karolina Dhiru, 2020. “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Pakaian Di Vantop**”. Skripsi, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores, Pembimbing I Lambertus Langga, SE.,M.Sc, Pembimbing II Maria Endang Jamu, SE.,MM

---

Minat beli merupakan perilaku dari konsumen yang timbul karena respon konsumen tersebut terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian produk. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa minat beli memiliki arti sebagai pernyataan tersirat dari seseorang konsumen yang menunjukkan perencanaan pembelian atau konsumsi seorang konsumen tersebut terhadap suatu produk atau merek tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang menggunakan pengukuran data dalam skala *numeric* (angka). Penelitian mengkaji variabel kualitas produk, harga, promosi dan minat beli konsumen di Vantop, dengan jumlah sampel dalam penelitian berjumlah 85 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil pengujian secara parsial adalah (1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk (X1) terhadap minat beli konsumen (Y) di Vantop. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji  $t_{hitung} 3,638 > t_{tabel} 1,66365$  dengan nilai *probabilitas*  $0,000 < 0,05$ . Artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk (X1) terhadap minat beli konsumen (Y) di Vantop. (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) di Vantop. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji  $t_{hitung} 3,955 > t_{tabel} 1,66365$  dengan nilai *probabilitas*  $0,000 < 0,05$ . Artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara harga (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) di Vantop. (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi (X3) terhadap minat beli konsumen (Y) di Vantop. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji  $t_{hitung} 2,408 > t_{tabel} 1,66365$  dengan nilai *probabilitas*  $0,018 < 0,05$ . Artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara promosi (X3) terhadap minat beli konsumen (Y) di Vantop.

**Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Minat Beli Konsumen**