

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh diskon harga dan citra merek terhadap minat beli konsumen pada produk H&M di fashion store PVJ Mall Bandung. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Jumlah sampel penelitian ini adalah sebanyak 100 orang konsumen yang mengetahui tentang diskon produk H&M di PVJ Mall. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan program SPSS. Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh hasil terdapat pengaruh diskon harga terhadap minat beli produk H & M di *fashion store* PVJ. Terdapat pengaruh citra merek terhadap minat beli produk H & M di *fashion store* PVJ. Besarnya pengaruh diskon harga dan citra merek terhadap minat beli produk H & M di *fashion store* PVJ adalah sebesar 65,8% dan sisanya 34,2% dijelaskan oleh faktor lain.

Kata-kata kunci : diskon harga, citra merek, minat beli konsumen.



ABSTRACT

The purpose of this research is to test the effect of price discount and brand image on consumer purchase intention in H & M products at PVJ Mall Bandung fashion store. Sampling method used is purposive sampling. The total sample of this research is as many as 100 consumers who know about H & M product discount at PVJ Mall. The data analysis technique used is multiple regression with SPSS program. Based on the hypothesis testing, the results show that there is influence of price discount on purchase intention H & M products at PVJ fashion store. There is influence of brand image on purchase intention H & M products at PVJ fashion store. The effect of price discount and brand image on purchase intention H & M products at PVJ fashion store is 65.8% and the remaining 34.2% is explained by other factors.

Keywords: price discount, brand image, consumer purchase intention.



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Kajian Pustaka	9
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.2 Manajemen Pemasaran	10
2.1.3 Bauran Produk.....	11
2.1.4 Harga.....	13
2.1.4.1 Pengertian Harga	13
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga.....	13
2.1.4.3 Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga.....	16
2.1.4.4 <i>Price Discounts</i> (Potongan Harga)	19
2.1.5 Produk	21
2.1.5.1 Pengertian Produk.....	21
2.1.5.2 Klasifikasi Produk	22
2.1.6 Merek	26
2.1.6.1 Pengertian Merek.....	26
2.1.6.2 Manfaat Merek	27
2.1.6.3 Mengembangkan Strategi Merek.....	28
2.1.6.4 Membangun Merek Yang Kuat	29
2.1.6.5 Mengelola dan Mengembangkan Merek	31
2.1.7 <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	33
2.1.7.1 Pengertian Citra Merek.....	34
2.1.7.2 Faktor Pembentuk Citra Merek	35
2.1.8 Perilaku Pembelian Konsumen	37
2.1.9 Minat Beli	44

2.2 Rerangka Teoritis	46
2.3 Rerangka Pemikiran	47
2.4 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	48
2.5 Hipotesis dan Model Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Populasi, Sampel, dan Ukuran Sampel	51
3.2.1 Populasi	51
3.2.2 Sampel.....	51
3.2.3 Ukuran Sampel.....	52
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	52
3.4 Teknik Pengumpulan Data	53
3.5 Operasional Variabel Penelitian.....	53
3.6 Skala Pengukuran.....	55
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	56
3.7.1 Uji Validitas	56
3.7.2 Uji Reliabilitas	57
3.8 Uji Asumsi Klasik	57
3.8.1 Uji Normalitas Data	57
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	58
3.8.3 Uji Multikolinearitas	59
3.9 Teknik Analisis Data.....	59
3.9.1 Regresi Linear Berganda.....	59
3.9.2 Pengujian Hipotesis.....	60
3.9.3 Koefisien Determinasi.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Hasil Penelitian	62
4.1.1 Karakteristik Responden	62
4.1.2 Hasil Tanggapan Responden Tentang Diskon Harga H & M.....	66
4.1.3 Hasil Tanggapan Responden Tentang Citra Merek H & M.....	67
4.1.4 Hasil Tanggapan Responden Tentang Minat beli Produk H & M.....	70
4.1.5 Hasil Uji Validitas.....	73
4.1.6 Hasil Uji Reliabilitas	74
4.1.7 Uji Asumsi Klasik	75
4.1.8 Teknik Analisis Data.....	77
4.1.8.1 Regresi Linear Berganda	77
4.1.8.2 Uji Hipotesis	78
4.1.8.3 Koefisien Determinasi	79
4.2 Pembahasan.....	80
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Simpulan	83

5.2 Keterbatasan Penelitian.....	84
5.3 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	89
DAFTAR RIWAYAT HIDUP (<i>CURRICULUM VITAE</i>)	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 10 Merek Mode yang Sering Disebut di Twitter	6
Gambar 2.1 <i>The Four P Components of the Marketing Mix</i>	11
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	44
Gambar 2.3 Rerangka Teoritis	46
Gambar 2.4 Rerangka Pemikiran	47
Gambar 2.5 Model Penelitian	49
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	54
Tabel 3.2 Skor Penilaian Kuesioner.....	56
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Profesi	62
Tabel 4.3 Pendapatan (uang saku) per bulan	63
Tabel 4.4 Apakah Anda mengetahui merek fashion H&M	64
Tabel 4.5 Apakah Anda pernah mendengar diskon di H&M <i>fashion store</i> PVJ Mall.....	64
Tabel 4.6 Darimana Anda mengetahui program diskon produk di H&M <i>fashion store</i>	64
Tabel 4.7 Pengeluaran rata-rata perbulan untuk membeli produk fashion ...	65
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Diskon Harga Kuesioner 1	66
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Tentang Diskon Harga Kuesioner 2	66
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Tentang Tentang Diskon Harga Kuesioner 3.....	67
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek Kuesioner 1	67
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek Kuesioner 2.....	68
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek Kuesioner 3	68
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek Kuesioner 4.....	69
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek Kuesioner 5.....	69
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek Kuesioner 6.....	70
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Tentang Minat beli Kuesioner 1.....	70
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Tentang Minat beli Kuesioner 2.....	71
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Tentang Minat beli Kuesioner 3.....	71
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Tentang Minat beli Kuesioner 4.....	72
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Tentang Minat beli Kuesioner 5.....	72
Tabel 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel Diskon Harga	73
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	73
Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	74
Tabel 4.25 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel 4.26 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	75
Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.28 Regresi Berganda.....	78
Tabel 4.29 Uji Hipotesis Parsial	79
Tabel 4.30 Uji Hipotesis Simultan.....	80
Tabel 4.31 Model Summary ^b	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran B	Rekap Hasil Kuesioner (Excel)	92
Lampiran C	Karakteristik Responden.....	98
Lampiran D	Tanggapan Responden.....	100
Lampiran E	Hasil Olah Data SPSS 20.....	104

