

**ANALISIS PENGARUH SIKAP KONSUMEN, VARIASI
PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN
(STUDI PADA UMKM DI DESA GEMIRING LOR DAN DESA
MURYOLOBO)**



**ANALISIS PENGARUH SIKAP KONSUMEN, VARIASI
PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN**

(Studi Pada UMKM di Desa Gemiring Lor dan Desa Muryolobo)

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

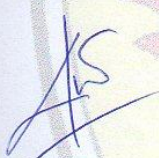
Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus,

2023

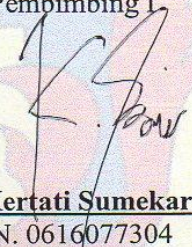
Mengetahui,

Ketua ProDi



Nurul Rizka Arumsari, SE. MM
NIDN. 0628048702

Pembimbing I



Dr. Kertati Sumekar, S.E. M.M
NIDN. 0616077304

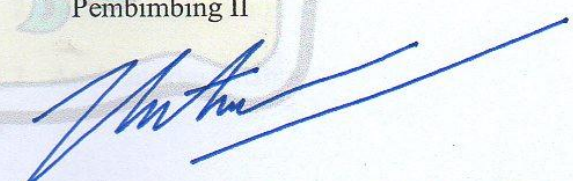
Mengetahui,

Dekan



Dr. Kertati Sumekar, S.E. M.M
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



Hutomo Rusdianto, S.E, MBA, QWM, AWM, CBV.
NIDN. 0619108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah “

(HR.Turmudzi)

Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagi kamu. Dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu, padahal ia amat buruk bagi kamu. Allah Maha mengetahui sedangkan kamu tidak mengetahui”

(Al-Baqarah: 216)

PERSEMBAHAN :

1. Kedua Orang tuaku tercinta
2. Suami ku tersayang
3. Anak-anakku tercinta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Analisis Pengaruh Sikap Konsumen, Variasi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada UMKM di Desa Gemiring Lor dan Desa Muryolobo) Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si, selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
3. Nurul Rizka Arumsari, SE. MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus, yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi
4. Dr. Kertati Sumekar, S.E, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

5. Hutomo Rusdianto, S.E, MBA, QWM, AWM, CBV selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
7. Pegawai Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah banyak membantu hingga tersusunnya penulisan skripsi ini.
8. Saudara saudaraku dan teman temanku yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Tiada suatu apapun yang dapat penulis berikan kepada beliau yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini, kecuali hanya do'a semoga Tuhan memberikan balasan yang setimpal. Amien. Akhir berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Kudus,

2023

Nuryanti

**ANALISIS PENGARUH SIKAP KONSUMEN, VARIASI PRODUK,
HARGA DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Studi Pada UMKM di Desa Gemiring Lor dan Desa Muryolobo)**

**Nama: NURYANTI
NIM: 201911728**

Pembimbing: 1. Dr. Kertati Sumekar, S.E, M.M
2. Hutomo Rusdianto, S.E, MBA, QWM, AWM, CBV

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAKSI

Minat beli merupakan perilaku konsumen yang menunjukkan keinginan untuk membeli suatu barang yang dilihat dengan ketertarikan pada barang yang dilihat dan memutuskan untuk membeli barang tersebut. Minat beli juga dapat meningkat apabila produk yang dilihat sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, bahkan konsumen juga akan membeli produk yang tidak direncanakan sebelumnya karena ketertarikannya melihat produk lain dan berusaha untuk membelinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Sikap Konsumen, Variasi Produk, Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel independen Sikap Konsumen, Variasi Produk, Harga dan Promosi, variabel dependen yaitu: Minat Beli Konsumen. Jenis dan sumber datanya meliputi data primer dan sekunder, sampelnya sebanyak 66 responden, pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan datanya meliputi: *coding*, *editing* dan *tabulating* dan proses *input* dengan program komputer SPSS. Analisis datanya dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik, dan analisis validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik serta analisis regresi.

Berdasarkan hasil analisis data mengenai Pengaruh Sikap Konsumen, Variasi Produk, Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen, maka dapat diambil kesimpulan bahwa ada pengaruh positif sikap konsumen, variasi produk, harga dan promosi mampu meningkatkan minat beli konsumen. Berdasarkan hasil uji F, sikap konsumen, variasi produk, harga dan promosi mampu meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci : Sikap konsumen, Variasi Produk, Harga dan Promosi Mampu Meningkatkan Minat Beli Konsumen

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF CONSUMER ATTITUDE, PRODUCT VARIATION, PRICE AND PROMOTION ON CONSUMER BUYING INTEREST

(Study on MSMEs in Gemiring Lor Village and Muryolobo Village)

Nama : NURYANTI

NIM: 201911728

Pembimbing: 1. Dr. Kertati Sumekar, S.E, M.M

2. Hutomo Rusdianto, S.E, MBA, QWM, AWM, CBV

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRACT

Buying interest is consumer behavior that shows a desire to buy an item that is seen with interest in the item seen and decides to buy the item. Buying interest can also increase if the product seen is in accordance with what is expected by consumers, even consumers will also buy products that were not previously planned because of their interest in seeing other products and trying to buy them. This study aims to analyze the influence of Consumer Attitudes, Product Variations, Prices and Promotion of Consumer Buying Interest. The variables in this study are the independent variables of Consumer Attitudes, Product Variations, Prices and Promotions, the dependent variable is: Consumer Buying Interest. The types and sources of data include primary and secondary data, the sample is 66 respondents, the data collection uses a questionnaire, the data processing includes: coding, editing and tabulating and the input process with the SPSS computer program. Analysis of the data using descriptive analysis and statistical analysis, and analysis of validity and reliability, classical assumption test and regression analysis.

Based on the results of data analysis regarding the influence of consumer attitudes, product variations, prices and promotions on consumer buying interest, the following conclusions can be drawn: There is a positive influence on consumer attitudes, product variations, prices and promotions can increase consumer buying interest. Based on the results of the F test, consumer attitudes, product variations, prices and promotions can increase consumer buying interest.

Keywords: consumer attitudes, product variations, prices and promotions can increase consumer buying interest

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan masalah.....	9
1.3. Tujuan penelitian.....	10
1.4. Manfaat penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2.1. Pengertian Minat beli.....	12
2.2. Pengertian Sikap Konsumen.....	15
2.3. Pengertian Variasi Produk.....	20
2.4. Pengertian Harga.....	24
2.5. Pengertian Promosi.....	31
2.6. Penelitian Terdahulu.....	37
2.7. Kerangka Pemikiran.....	38
2.8. Hipotesis Penelitian.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Jenis Penelitian.....	40
3.2. Objek Penelitian.....	40
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
3.4. Jenis data dan Sumber Data.....	41
3.5. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	42
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	44

3.7. Metode Pengolahan Data	44
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	45
3.9. Analisis Data	46
3.10. Uji Hipotesis	47
3.11. Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	50
4.2. Penyajian Data	51
4.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.3. Analisis Deskriptif	53
4.4. Analisis Data	58
4.4.1. Deskripsi Responden	58
4.4.2. Analisis Regresi	59
4.4.3. Hasil pengujian Hipotesis	61
4.4.4. Koefisien Determinasi (R^2)	64
4.5. Pembahasan	65
4.5.1. Pengaruh sikap konsumen terhadap minat beli	65
4.5.2. Pengaruh variasi produk terhadap minat beli	67
4.5.3. Pengaruh harga terhadap minat beli	68
4.5.4. Pengaruh promosi terhadap minat beli	68
BAB V PENUTUP	71
5.1. Simpulan	71
5.2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Omzet Penjualan <i>Home Indsutry</i> 2018-2021	8
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel	
Error! Bookmark not defined.		
Tabel 4.1	Uji Instrumen penelitian (uji validitas dan reliabilitas)	53
Tabel 4.2	Deskriptif Statistic Variabel Sikap Konsumen.....	54
Tabel 4.3	Deskriptif statistic variabel variasi produk.....	55
Tabel 4.4	Deskriptif statistic variabel harga.....	56
Tabel 4.5	Deskriptif statistic variabel promosi.....	57
Tabel 4.6	Deskriptif statistic variabel minat beli.....	58
Tabel 4.7	Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan	58
Tabel 4.8	Koefisien Standartdized Beta.....	59
Tabel 4.9	Hasil Analisis Regresi Secara Parsial.....	62
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Hipotesis	63
Tabel 4.11	Hasil Uji F Secara Berganda	64
Tabel 4.12	Koefisien Determinasi.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model.....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	39

