



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT MEMBELI MELALUI KESADARAN  
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Konsumen Zoya di Kota Kudus)**

**Skripsi**

Disusun Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

**RINA AMALIA PUTRI**

**NIM 2019-11-657**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**



**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT MEMBELI MELALUI KESADARAN  
MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Konsumen Zoya di Kota Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Oleh :

**RINA AMALIA PUTRI**

**201911657**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2023**

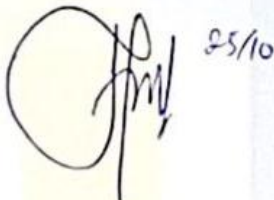
**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT MEMBELI MELALUI KESADARAN MEREK  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Konsumen Zoya di Kota Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

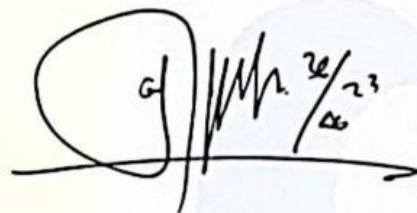
Tanggal.....*26 Oktober 2023*

Pembimbing I



(Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK)  
NIDN. 0630098401

Pembimbing II



(Faridhatun Faidah, S. E., M. M.)  
NIDN. 0601099201

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen**



(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)  
NIDN. 0024037701

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK**  
**TERHADAP MINAT MEMBELI MELALUI KESADARAN**  
**MERKEK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**  
**(Studi Pada Konsumen Zoya di Kota Kudus)**


Nama : Rina Amalia Putri  
NIM : 201911657  
Program Studi : Manajemen


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 2023

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Pembimbing I

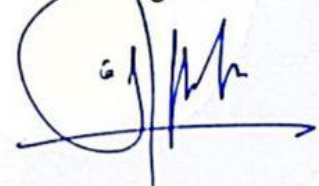
  
Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M  
NIDN. 0024037701

  
Dina Lusianti, SE., MM., AAK  
NIDN. 0630098401

Mengetahui,  
Dekan

Pembimbing II

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

  
Faridhatun Faidah, S.E., M.M  
NIDN. 0601099201

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto :

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak akan membebani seseorang diluar kemampuannya”

(QS Al-Baqarah: 286)

### Persembahan :

1. Kedua orang tua saya
2. Keluarga
3. Teman-teman

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala Puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya yang diberikan kepada kita semua. Tak lupa sholawat serta salam tak lupa saya haturkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan kita sebagai umatnya. Atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Membeli Melalui Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Zoya di Kota Kudus)”** penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Dengan hormat penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Dina Lusianti, S.E., M.M., AAK., selaku Dosen selaku Pembimbing 1 yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Faridhatun Faidah, S.E., MM, selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah menyempatkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen selaku staff pengajar yang telah membimbing dan megajari ilmu selama kuliah berlangsung.
7. Untuk kedua orang tua saya selaku donatur utama, bapak Achmad Setiawan dan ibu Etik Winarti, terima kasih atas kasih sayang, dukungan, dan doa yang selalu dipanjatkan.
8. Untuk kedua adek saya, Syifauz Zahiroh dan Nabila Ulifa Husna yang selalu menghibur penulis, terima kasih atas dukungan dan perhatiannya.
9. Untuk Alfina Khoirul Hidayati terimakasih atas perhatian, dorongan, bantuan dan selalu memberikan keyakinan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk teman-teman aabcd Nova, Adis, Thalita dan Dinda terimakasih senantiasa kebersamai serta memberikan semangat kepada penulis.
11. Untuk teman-teman kepompom hanep dan mutia terima kasih atas dukungan dan semangat yang telah diberikan kepada penulis.
12. Untuk teman saya Sofia dan Natasya, terima kasih atas doa, dukungan dan kata-kata postif yang diberikan kepada penulis.
13. Semua teman-teman yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
14. Untuk keluarga besar bani salim dan bani jamian yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan do'a.

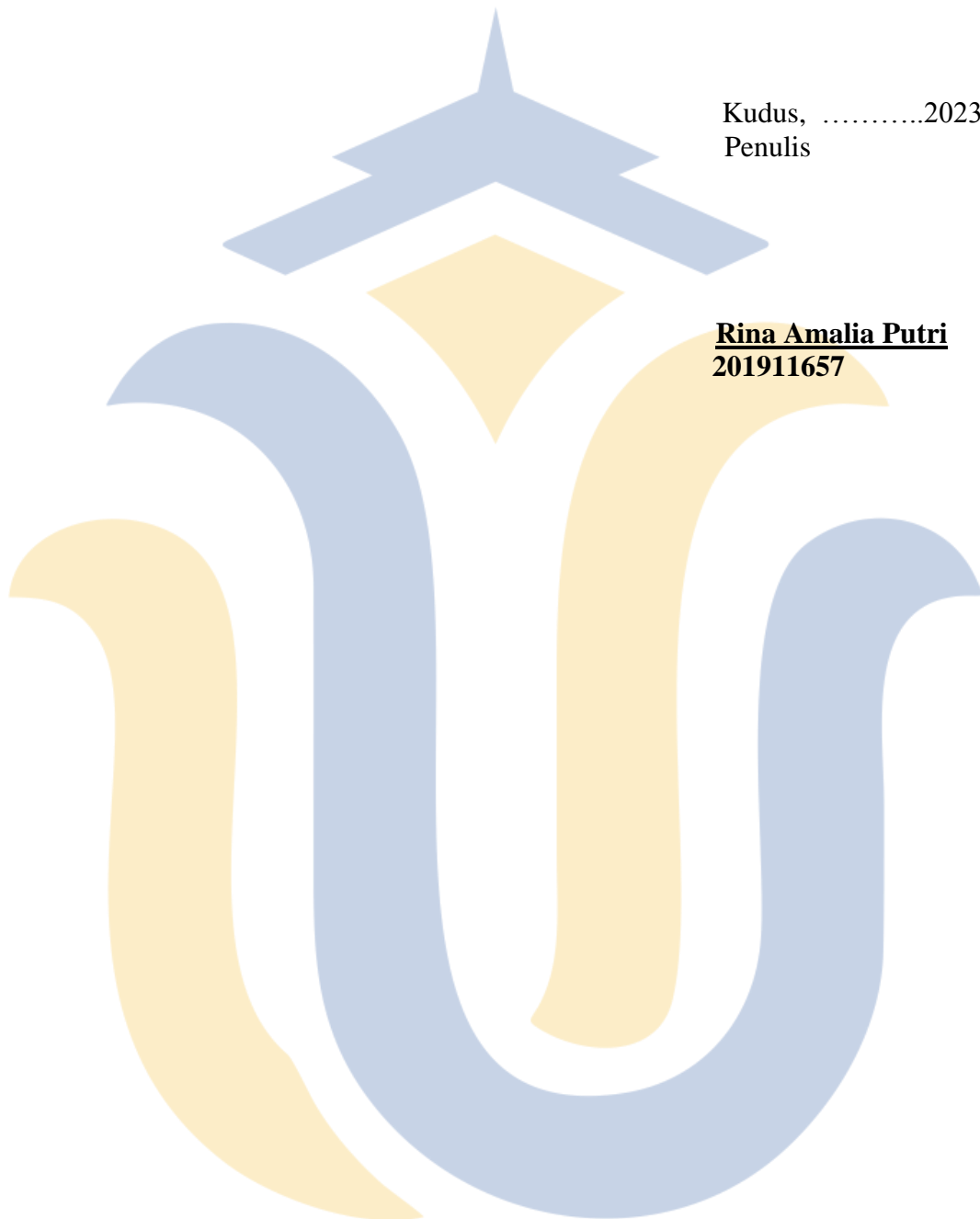
Penulis mengucapkan banyak terima kasih dan berharap semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua pihak yang

telah memberikan bantuan kepada penulis dan semoga skripsi ini bermanfaat untuk dijadikan bahan referensi dan tambahan wawasan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kudus, .....2023  
Penulis

**Rina Amalia Putri**  
**201911657**





**PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT MEMBELI MELALUI KESADARAN MEREK  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(Studi Pada Konsumen Zoya di Kota Kudus)**

Rina Amalia Putri

2019-11-657

Dosen Pembimbing 1 : Dina Lusianti, SE., MM., AAK

Dosen Pembimbing 2 : Faridhatun Faidah, S.E., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Promosi Penjualan, Kualitas Produk terhadap Minat membeli melalui Kesadaran Merek. Objek pada penelitian ini yaitu Zoya Kudus. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan rumus *rule of thumb* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 120. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan SEM-AMOS. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Promosi Penjualan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kesadaran Merek. Promosi Penjualan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Membeli. Promosi penjualan terhadap minat membeli melalui kesadaran merek memiliki pengaruh mediasi. Kualitas produk terhadap minat membeli melalui kesadaran merek memiliki pengaruh mediasi.

**Kata kunci : promosi penjualan, kualitas produk, kesadaran merek, minat membeli**

***THE EFFECT OF SALES PROMOTION AND PRODUCT QUALITY ON  
INTENTION TO BUY THROUGH BRAND AWARENESS AS  
INTERVENING VARIABLES  
(Study on Zoya Consumers in Kudus City)***

Rina Amalia Putri

2019-11-657

Dosen Pembimbing 1 : Dina Lusianti, SE., MM., AAK

Dosen Pembimbing 2 : Faridhatun Faidah, S.E., MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRACT**

*The aim of this research is to analyze the influence of Sales Promotion, Product Quality on Purchase Interest through Brand Awareness. The object of the research is Zoya in Kuuds. The sampling technique used purposive sampling with the rule of thumb formula to produce a sample off 120 employees. The analytical tool in this research uses SEM-AMOS. The results of this research show and conclude that Sales Promotion and Product Quality have a positive and significant effect on Brand Awareness. Sales promotions and product quality have a positive and significant effect on purchasing interest. Sales promotion on purchasing interest through brand awareness has an influence but the influence is weak. mediation. Product quality on purchase intention through brand awareness has a mediating influence.*

***Keywords: sales promotion, product quality, brand awareness, interest buying***

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUTAN .....	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSTUJUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAKSI .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah .....	8
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Theory of Planned Behaviour (TPB).....	10
2.2 Minat Membeli.....	11
2.2.1 Pengertian Minat Membeli .....	11
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli .....	11
2.2.3 Indikator Minat Beli .....	14
2.3 Kesadaran Merek (Brand Awareness) .....	15
2.3.1 Pengertian Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ).....	15
2.3.2 Indikator Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ).....	15
2.4 Promosi Penjualan .....	16
2.4.1 Pengertian Promosi Penjualan.....	16

2.4.2	Indikator Promosi Penjualan .....	17
2.5	Kualitas Produk.....	19
2.5.1	Pengertian Kualitas Produk .....	19
2.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	20
2.5.3	Indikator Kualitas Produk.....	21
2.6	Pengaruh Antar Variabel.....	22
2.6.1	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek .....	22
2.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kesadaran Merek.....	23
2.6.3	Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Minat Membeli.....	24
2.6.4	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Membeli .....	24
2.6.5	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Membeli.....	25
2.7	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	25
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
2.9	Perumusan Hipotesis.....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>30</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	30
3.2	Variabel Penelitian.....	30
3.2.1	Variabel Eksogen.....	30
3.2.2	Variabel Endogen .....	31
3.2.3	Variabel Mediasi (Intervening Variable).....	31
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	31
3.3.1	Promosi Penjualan ( $X_1$ ) .....	31
3.3.2	Kualitas Produk .....	32
3.3.3	Minat Membeli .....	32
3.3.4	Kesadaran Merek.....	33
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4.1	Jenis Data.....	33
3.4.2	Sumber Data .....	33
3.5	Populasi dan Sampel .....	34
3.5.1	Populasi .....	34
3.5.2	Sampel .....	35

3.6	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.6.1	Pengolahan Data.....	36
3.7	Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas).....	38
3.7.1	Uji Validitas.....	38
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.8	Analisis Data.....	39
3.8.1	Tahapan Analisis Permodelan dan Persamaan Structural .....	40
3.8.2	Uji Hipotesis.....	45
3.8.3	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Hasil Penelitian .....	47
4.1.1	Profil Zoya.....	47
4.1.2	Karakteristik Responden .....	48
4.1.3	Deskriptif Variabel Penelitian .....	49
4.1.4	Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas) .....	52
4.1.5	Uji Normalitas .....	54
4.1.6	Evaluasi <i>Outliers</i> .....	55
4.2	Analisis Data.....	55
4.2.1	Analisis Konfirmatori Full Measurement Tahap 1 .....	55
4.2.2	Analisis Faktor <i>Konfirmatori Full Measurement</i> Tahap 1.....	57
4.2.3	Analisis Standarized Regression Full Measurement Tahap 1.....	58
4.2.4	Analisis Konfirmatori Full Measurement Tahap 2 .....	59
4.2.5	Analisis Faktor <i>Konfirmatori Full Measurement</i> Tahap 2.....	60
4.2.6	Analisis Standarized Regression Full Measurement Tahap 2.....	61
4.2.7	Analisis Full Model.....	62
4.2.8	Analisis Squared Multiple Correlation .....	64
4.2.9	Uji Hipotesis .....	66
4.2.10	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	68
4.3	Pembahasan.....	69
4.3.1	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kesadaran Merek.....	69
4.3.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kesadaran Merek .....	70

4.3.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Membeli .....	71
4.3.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Membeli .....	72
4.3.5 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli.....	73
4.3.6 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Membeli melalui Kesadaran Merek.....	74
4.3.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Membeli melalui Kesadaran Merek.....	75
BAB V KESIMPULAN & SARAN .....	76
5.1 Kesimpulan .....	76
5.2 Saran .....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	79
LAMPIRAN.....	86

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Komparasi <i>Brand Index</i> Sub Kategori Busana Muslim.....	5
Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Store Zoya .....	6
Tabel 3.1 Pemberian Skor untuk Jawaban Kuesioner.....	37
Tabel 3.2 Indeks Pengujian Kesesuaian Model .....	44
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia.....	48
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin .....	48
Tabel 4.3 Responden Menurut Pekerjaan .....	49
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kesadaran Merek (Z).....	50
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Minat Membeli (Y).....	50
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Promosi Penjualan (X1).....	51
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2).....	52
Tabel 4.8 Uji Validitas .....	53
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.11 Analisis <i>Outlier</i> .....	55
Tabel 4.12 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Penelitian.....	56
Tabel 4.13 Regression Weight.....	57
Tabel 4.14 Standarized Regression Weight .....	58
Tabel 4.15 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Penelitian.....	60
Tabel 4.16 Regression Weight .....	61
Tabel 4.17 Standarized Regression Weight .....	62
Tabel 4.18 Uji Model <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Penelitian.....	63
Tabel 4.19 Standarized Regression Weight .....	64
Tabel 4.20 Squared Multiple Correlations .....	65
Tabel 4.21 Uji Hipotesis .....	66
Tabel 4.22 Hasil <i>Direct Effect</i> .....	68
Tabel 4.23 Hasil Estimaasi <i>Indirect Effect</i> dan <i>Total Effect</i> .....	69

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Grafik industri Tekstil dan Pakaian Jadi .....	2
Gambar 1.2 Promosi Penjualan Zoya .....	3
Gambar 1.3 Review Kualitas Produk Zoya.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	28
Gambar 3.1 Diagram Jalur .....	41
Gambar 4.1 Logo Zoya Fashion .....	47
Gambar 4.2 Pengujian Full Measurement Tahap 1.....	56
Gambar 4.3 Pengujian Full Measurement Tahap 2.....	59
Gambar 4.4 Analisis Full Model.....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner.....	87
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	92
Lampiran 3 Lembar Kuesioner <i>Google Form</i> .....	105
Lampiran 4 Frekuensi Data.....	109
Lampiran 5 Uji Instrumen.....	114
Lampiran 6 Analisis Data.....	117

