



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI KASUS
KONSUMEN DIKABUPATEN KUDUS)**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh :
DEDI RAHMAD
NIM. 202011247**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI KASUS
KONSUMEN DIKABUPATEN KUDUS)**

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

**Oleh:
DEDI RAHMAD
NIM. 202011247**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK
KAHF (STUDI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

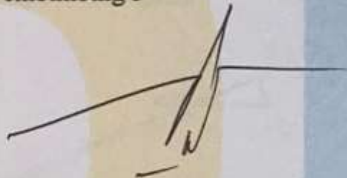
Nama : Dedi Rahmad
NIM : 202011247
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian

Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

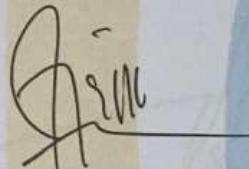
Kudus,

Pembimbing I



(Dr. Drs Ag Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M)
NIDK. 8915210021

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 061509303

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN. 0024037701

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PRODUK
KAHF (STUDI PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN
FEB UNIVERSITAS MURIA KUDUS ANGKATAN 2020)**

Nama : Dedi Rahmad
NIM : 202011247
Program Studi : Manajemen

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

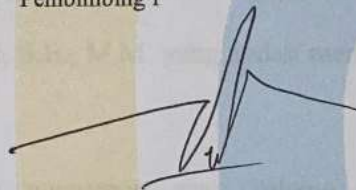
Kudus,

Mengetahui
Ketua Program Studi



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

Pembimbing I



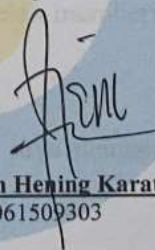
(Dr. Drs Ag Sunarno H, S.H., S.Pd., M.M)
NIDK. 8915210021

Mengetahui,
Dekan




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

Pembimbing II



(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 061509303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Hidup yang tidak di pertaruhkan tidak akan pernah dimenangkan “ (Sutan Sjahrir) dan untuk memulai hal yang baru mencoba sesuatu yang lain yang memang terkadang kita harus berani mempertaruhkan apa yang kita punya.

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya “ (QS. Al Baqarah 286)

‘ Siapapun bisa menjadi apapun ‘

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Orang tua saya, Bapak Untung dan Ibu Suriyah yang selalu mendoakan segala hal baik dan mendukung apa saja yang saya lakukan.
2. Dosen pembimbing saya Dr. Drs, Agus Sunarno Handoyo, SH., S.Pd., M.M. dan Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M. yang sudah membantu saya dalam menyusun skripsi ini
3. Teman teman saya yang selalu mensupport saya selama proses mengerjakan skripsi.
4. Jodoh saya yang belum ketemu selama proses mengerjakan skripsi.
5. Almamater Universitas Muria Kudus yang telah memberikan saya ilmu pengetahuan dan pengalaman.
6. Semua orang baik yang terlibat membantu saya dengan sepenuh hati dalam menyelesaikan skripsi saya.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan taufiq, rahmat dan inayah-Nya sehingga skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Harga , Kualitas Produk, Citra Merek, Promosi Terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Konsumen Di Kabupaten Kudus)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini berlangsung. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
4. Dr. Drs Agus Sunarno Handoyo S.H., S.pd., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan menasihati penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan menasihati penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan banyak ilmunya dan arahnya kepada penulis.
7. Kedua orang tua dan keluarga saya yang telah membantu, memberikan semangat dan doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh sahabat dan teman penulis yang telah membantu, memberikan semangat dan doa kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terakhir, terimakasih kepada diri saya sendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Serta tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Penulis menyadari sepenuhnya hasil penelitian ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun bagi penulis. Dengan segala kerendahan hati, penulis harap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Kudus, 2025
Penulis

Dedi Rahmad
NIM. 202011247

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
CITRA MEREK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
PRODUK SCARLETT WHITENING (STUDI KASUS
KONSUMEN DIKABUPATEN KUDUS)”**

Dedi Rahmad
202011247

Pembimbing: 1. Dr. Drs Ag Sunarno Handoyo SH., S.pd., M.M
2. Rhealin Hening Karatri. S.E., M.M

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

ABSTRAKSI

This research aims to analyze the influence of price perception, product quality, brand image and promotion on interest in purchasing Scarlett Whitening products (consumer case study in Kudus Regency). The population in this research is the community in Kudus Regency, totaling 100 people. The sampling technique in this research used purposive sampling so that 100 samples were obtained. The test analysis in this research uses descriptive statistical tests. validity and reliability test. The data analysis used is descriptive analysis, classical assumption testing, multiple linear regression, hypothesis testing and coefficient of determination. The research results show that the variables of price perception, product quality, brand image and promotion have a positive and significant effect on purchasing interest

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas produk, Citra Merek Dan Promosi, Minat Beli

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Ruang Lingkup	11
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	13
1.5.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Perilaku Konsumen.....	14
2.2 Minat Beli.....	14
2.2.1 Pengertian Minat Beli.....	14
2.2.2 Indikator Minat Beli	15
2.3 Persepsi Harga.....	16
2.3.1 Pengertian Persepsi Harga.....	16
2.3.2 Indikator Persepsi Harga	17
2.4 Kualitas Produk	18
2.4.1 Pengertian Kualitas Produk	18
2.4.2 Indikator Kualitas Produk	18

2.5	Citra Merek	20
2.5.1	Pengertian Citra Merek	20
2.5.2	Pembentuk Citra Merek	21
2.5.3	Indikator Citra Merek.....	22
2.6	Promosi.....	23
2.6.1	Pengertian Promosi	23
2.6.2	Indikator Promosi.....	24
2.7	Pengaruh Antar Variabel.....	25
2.7.1	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli.....	25
2.7.2	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	26
2.7.3	Pengaruh Citra Merk Terhadap Minat Beli	27
2.7.4	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	29
2.7.5	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi terhadap Minat Beli	30
2.8	Penelitian Terdahulu.....	30
2.9	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	33
2.10	Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....		36
3.1	Rancangan Penelitian	36
3.2	Variabel Penelitian.....	36
3.3	Indikator Variabel.....	37
3.3.1	Persepsi Harga.....	37
3.3.2	Kualitas Produk.....	37
3.3.3	Citra Merek	38
3.3.4	Promosi.....	38
3.3.5	Minat Beli.....	39
3.4	Jenis dan Sumber Data	39
3.4.1	Jenis Data	39
3.4.2	Sumber Data.....	40
3.5	Populasi dan Sampel	40
3.5.1	Populasi	40

3.5.2	Sampel.....	41
3.5.3	Teknik Sampling	41
3.6	Pengumpulan Data	42
3.6.1	Kuesioner	42
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.7.1	Uji Validitas.....	42
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.8	Pengolahan Data.....	43
3.8.1	<i>Editing</i>	43
3.8.2	<i>Coding</i>	44
3.8.3	Tabulasi	44
3.9	Analisis Data	44
3.9.1	Uji Statistik Deskriptif	44
3.10	Uji Asumsi Klasik	45
3.10.1	Uji Multikolinieritas.....	45
3.10.2	Uji Heteroskedastisitas.....	45
3.10.3	Uji Normalitas	46
3.11	Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
3.12	Uji Hipotesis.....	47
3.12.1	Uji t.....	47
3.12.2	Uji F.....	48
3.12.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1	Sejarah Scarlett Whitening	50
4.2	Gambaran Umum Responden	51
4.2.1	Jenis Kelamin	51
4.3	Statistik Deskriptif.....	52
4.3.1	Deskriptif Variabel Persepsi Harga	52
4.3.2	Deskriptif Variabel Kualitas produk.....	53
4.3.3	Deskriptif Variabel Citra Merek	54
4.3.4	Deskriptif Variabel Promosi	54

4.3.5	Deskriptif Variabel Minat Beli	55
4.4	Hasil Uji Instrumen Penelitian	56
4.4.1	Uji Validitas	56
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	57
4.5	Hasil Uji Asumsi Klasik	58
4.5.1	Uji Normalitas	58
4.5.2	Uji Multikolineritas	58
4.5.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4.6	Uji Analisis Linear Berganda	60
4.7	UJI T.....	62
4.7.1	Hasil Uji Hipotesis	62
4.8	Uji F.....	63
4.9	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	64
4.10	Pembahasan	65
4.10.1	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Beli.....	65
4.10.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	65
4.10.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	66
4.10.4	Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli	66
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran.....	69
DAFTAR	PUSTAKA	70