

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK EMINA DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA.**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

Nama: Putri Ayu Lunga

Nim: 11200856

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2024**

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana manajemen



PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS  
KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA

2024

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**  
**SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Ayu Lunga  
NIM : 11200856  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Emina di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya.”**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 23 April 2024

Yang menyatakan



(Putri Ayu Lunga)  
NIM.11200856

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI  
HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK EMINA DI KOTA  
YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**PUTRI AYU LUNGA**

**11200856**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal

Rabu, 17 Januari 2024

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

1. Drs. Sisnuhadi , MBA.,ph.D

(Ketua Tim Penguji / dosen  
pembimbing)

2. Drs. Purnawan Hardiyanto. M.,Ec.Dev

(Dosen Penguji)

3. Pristanto Silalahi, SE.,MSE

(Dosen Penguji)

Yogyakarta, 19 Januari 2024

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran. SE.,M.Si



Dr. Elok Pakaryaningsih. SE.,M.Si

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

### **PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK EMINA DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagai syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah hasil kerja sendiri dan bukan hasil tiruan atau duplikat dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali kutipan-kutipan dari sumber informasi yang sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan plagiasi, maka gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Kristen Duta Wacana batal saya terima atau dicabut.

Yogyakarta, 20 Desember 2023



Putri Ayu Lunga

## HALAMAN MOTTO

“fortune favors the brave”

(Keberuntungan Berpihak Pada Mereka Yang Berani)

“Berbahagialah orang yang bertahan dalam pencobaan, sebab apabila ia sudah tahan uji, ia akan menerima mahkota kehidupan yang dijanjikan Allah kepada barang siapa yang mengasihi Dia.”

(Yakobus 1:12)

“Untuk pemimpin biduan. Menurut: Yedutun. Mazmur Daud. Hanya dekat Allah saja aku tenang, dari pada-Nyalah keselamatanku. Hanya Dialah gunung batuku dan keselamatanku, kota bentengku, aku tidak akan goyah.”

(Mazmur 62:1-2)





## HALAMAN PERSEMBAHAN

### Skripsi ini saya persembahkan kepada

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan berkatnya dan melindungi dalam segala hal.
2. Kepada kedua orang tua saya (Drs. Yohanis Gopa dan Lali Wudda) yang selalu memberikan doa dan dukungan baik itu materi, semangat, dalam menjalankan perkuliahan saya dengan baik sampe saat ini.
3. Kepada dosen pembimbing saya Drs. Sisnuhadi, MBA., ph.D. yang telah membimbing saya dalam membuat skripsi yang baik serta memberikan saya ilmu yang sangat bermanfaat bagi saya kedepannya.
4. Kepada kakak saya Irnawati Dada Malika S.ked , Getrida Tegi Tenabolo yang telah memberikan saya nasehat, semangat, dan motivasi dalam menjalankan kuliah dengan baik.
5. Kepada Gloria, Acha, Dini, Angel, Ivana, Karin, Kelpin, George, Jonathan, kak Tiara, Adel yang telah membantu saya dalam mengerjakan skripsi saya serta memberikan semangat.

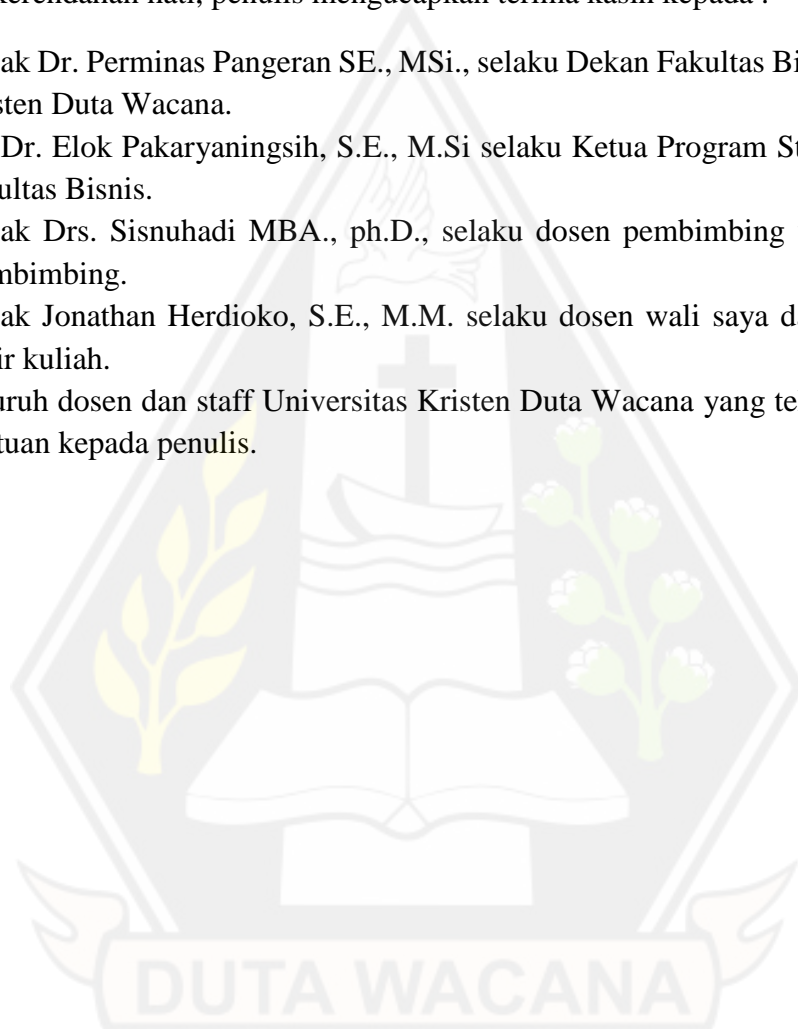


## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan ke pada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan berkatnya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga, Terhadap Minat Beli Produk Emina di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnin Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Perminas Pangeran SE., MSi., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Ibu Dr. Elok Pakaryaningsih, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis.
3. Bapak Drs. Sisnuhadi MBA., ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing.
4. Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M. selaku dosen wali saya dari awal sampai akhir kuliah.
5. Seluruh dosen dan staff Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

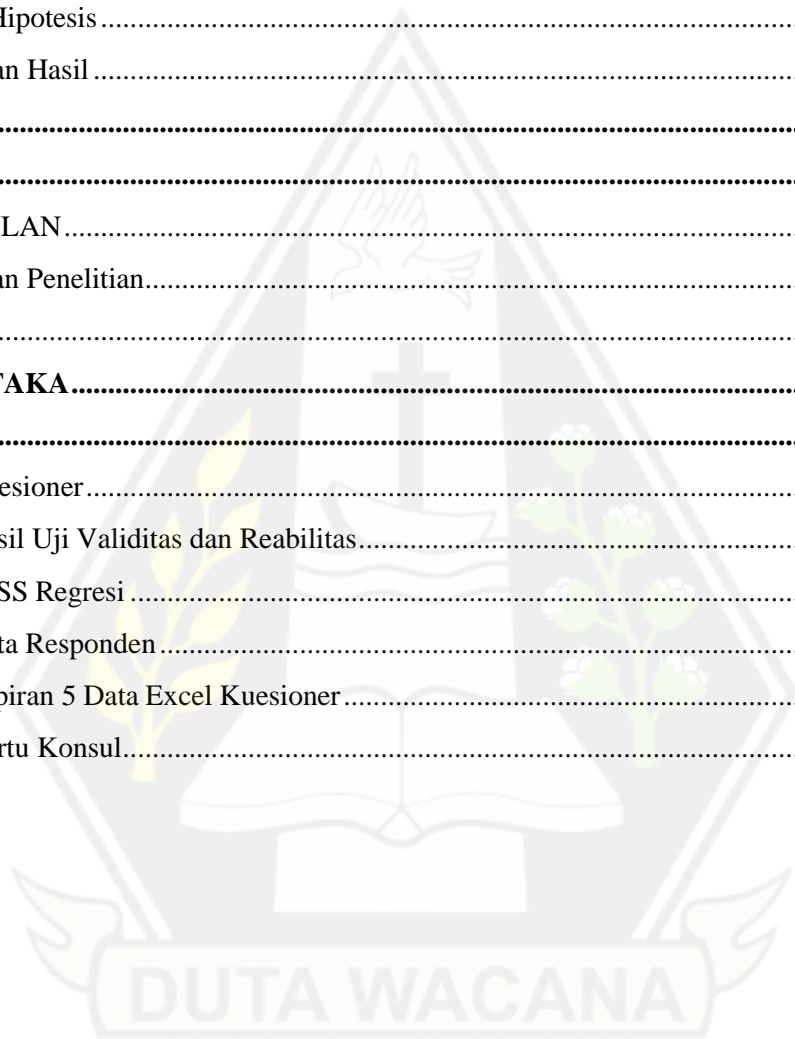




## Daftar Isi

<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</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</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat penelitian .....	5
1.5 Batasan penelitian .....	6
<b>BAB II</b> .....	<b>7</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
2.1. Promosi .....	7
2.2 Kualitas Produk.....	9
2.3. Persepsi Harga .....	12
2.4. Perilaku Konsumen.....	13
2.5. Minat Beli konsumen.....	15
2.6 Perumusan Hipotesis.....	18
<b>BAB III</b> .....	<b>22</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan sampel.....	22
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.4 Definisi dan Indikator Variabel Penelitian.....	25
3.5 Sumber Data.....	27

3.6 Metode Pengumpulan Data .....	27
3.7 Metode Pengukuran Data.....	28
3.8 Metode Pengujian Instrumen .....	28
3.9 Metode Analisis Data.....	30
<b>BAB IV.....</b>	<b>33</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1 Hasil Uji Instrumen.....	33
4.2 Analisis Deskriptif.....	35
4.3 Hasil Uji Hipotesis .....	40
4.4 Pembahasan Hasil .....	46
<b>BAB V .....</b>	<b>51</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>51</b>
5.1 KESIMPULAN.....	51
5.2 keterbatasan Penelitian.....	52
5.3 Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>61</b>
lampiran 1 Kuesioner.....	61
lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	67
lampiran 3 SPSS Regresi .....	73
lampiran 4 Data Responden .....	75
lampiran 5 Lampiran 5 Data Excel Kuesioner .....	77
lampiran 6 Kartu Konsul.....	101



## Daftar Tabel

Tabel 3. 1 Tabel Instrumen Promosi (X1).....	25
tabel 3. 2 Tabel Instrumen Kualitas Produk (X2).....	26
tabel 3. 3 Tabel Instrumen Harga (X3).....	26
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reabilitas .....	35
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	36
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	36
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .....	37
Tabel 4. 6 Lama Menggunkan Produk Emina.....	38
Tabel 4. 7 Alasan Mengapa Tertarik Membeli Produk Emina.....	38
Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	40
Tabel 4. 9 Hasil Koefisien Determinasi Uji (R <sup>2</sup> ).....	43
Tabel 4. 10 Hasil uji F.....	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji T.....	45



## Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran..... 21



## Daftar Lampiran

lampiran 1 Kuesioner .....	61
lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas .....	67
lampiran 3 SPSS Regresi .....	73
lampiran 4 Data Responden .....	75
lampiran 5 Lampiran 5 Data Excel Kuesioner .....	77
lampiran 6 Kartu Konsul .....	101



**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK EMINA DI KOTA YOGYAKARTA  
DAN SEKITARNYA**

**PUTRI AYU LUNGA**

**11200856**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta**

**Wacana**

**ABSTRAK**

Emina adalah perusahaan yang bergerak di bidang *skin care* dan kosmetik. Penelitian ini berlokasi di Daerah Istimewa Yogyakarta dan Sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Promosi, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Emina di Kota Yogyakarta dan Sekitarnya baik secara parsial maupun simultan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan *Purposive sampling* dengan Teknik pengumpulan data yang menggunakan kuesioner. Pada hasil penelitian yang diuji menggunakan program SPSS-25 hasil uji hipotesis menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

**Kata Kunci : promosi, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Minat Beli Produk Emina.**



***THE INFLUENCE OF PROMOTION, PRODUCT QUALITY, AND PRICE PERCEPTION TOWARDS THE INTEREST IN BUYING EMINA PRODUCTS IN YOGYAKARTA CITY AND SURROUNDS***

***PUTRI AYU LUNGA***

***11200856***

***Management Study Program, Faculty of Business, Duta Christian University  
Discourse***

***ABSTRACT***

*Emina is a company engaged in skin care and cosmetics. This research is located in the Special Region of Yogyakarta and its surroundings. This study aims to determine the influence between Promotion, Product Quality, and Price Perception on the Buying Interest of Emina Products in Yogyakarta City and its surroundings both partially and simultaneously. The sample in this study consisted of 100 respondents using Purposive sampling with data collection techniques using questionnaires. In the results of research tested using the SPSS program-25 the results of the hypothesis test stated that promotion had a positive but not significant effect on buying interest. Product quality has a positive and significant effect on buying interest. Price perception has a positive and significant effect on buying interest.*

***Keywords: promotion, product quality, price perception, buying interest in Emina products.***

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan didirikan dengan harapan perusahaan tersebut dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan bertumbuh menjadi perusahaan yang bertahan menjadi perusahaan besar yang dapat menyeimbangkan persaingan dari luar perusahaan. Ada banyak persaingan dalam perusahaan yang terjadi saat ini. Beberapa diantaranya adalah promosi, kualitas produk, dan persepsi harga.

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang kecantikan harus bisa mengikuti kemauan dan kebutuhan para target konsumennya. Wanita pada umumnya menjadikan kosmetik sebagai salah satu hal yang digunakan setiap harinya baik itu sedang dirumah sajah atau pun *hangout*. Kosmetik pada umumnya kosmetik adalah produk yang berguna untuk membersihkan, mempercantik, dan mengubah tampilan wajah, dalam artian tidak mengubah fungsi dan struktur wajah. Tidak hanya Wanita dewasa, kosmetik juga saat ini diperlukan dan digunakan oleh kalangan remaja yang menjadikan kosmetik sebuah keharusan untuk memiliki dan menggunakan kosmetik.

Persaingan di dunia kosmetik saat ini sangat banyak, baik itu dari segi khasiat dan kegunaan, harga, kuliatas dan ketahanan produk, dan lain-lain, sehingga perusahaan yang bergerak di bisnis kosmetik selalu memunculkan ide-ide baru terhadap produknya sehingga dapat menarik

perhatian dan minat beli para konsumen/masyarakat salah satunya adalah produk emina.

Produk Emina merupakan salah satu produk lokal yaitu dari Indonesia yaitu dari PT Paragon *Technology and Innovation* yang baru diluncurkan dipasaran Indonesia pada tahun 2015. Emina mempunyai banyak rangkaian produk mulai dari toner, pelembab, *sunscreen*, serum, *moisturizing cream*, bedak, *face wash*, lip tint, *BB cream*, dan masih banyak lainnya. kandungan yang terdapat pada produk ini sangat ringan formulanya, sehingga untuk remaja tidak perlu khawatir jika akan memakai atau menggunakannya dan desain dari produknya sangat simple serta elegant. Menurut Kotler dan Keller dalam Riyanto (2015:14) Promosi merupakan bermacam metode buat menginformasikan, membujuk serta menegaskan konsumen secara langsung ataupun tidak langsung tentang sesuatu produk ataupun merk yang dijual. Produk emina selalu membuat promosi dengan adanya diskon/potongan harga untuk menarik minat beli para konsumen. Contohnya adalah produk emina daily matte cushion didiskon 20% dari harga 93,500 menjadi 74,800. Emina juga sering melakukan *event* di beberapa tempat seperti di sekolah lalu melakukan *beauty class* dan melakukan gathering di *coffe shop* yang menjelaskan terkait beauty tips. Hal tersebut banyak di sambut baik oleh para pelanggan di daerah istimewa Yogyakarta. Semakin baik dan aktif promosi yang dilakukan maka akan semakin banyak pula produk tersebut menarik minat beli para konsumen.

Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (benefits) bagi pelanggan. Menurut Kotler dan

Keller (2016:156) pengertian kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik suatu produk atau jasa yang sesuai dengan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Produk emina membuat formula yang ada dalam kandungannya adalah formula yang ringan sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen/masyarakat. Beberapa diantaranya adalah emina *double bubble face wash* yang dapat membersihkan kotoran di wajah sehingga noda di wajah terangkat semua tetapi tidak membuat kulit terasa ketarik dan kaku dan menjaga agar tetap lembab. Lalu ada emina *green tea latte face mask* yaitu masker wajah yang memberikan kelembapan pada kulit. Selanjutnya ada emina *smoochies* yang mampu membuat bibir tidak kering dan pecah.

Harga berkenaan dengan kebijakan strategis dan taktis, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga di antara berbagai kelompok pelanggan. Mubarak (2015) menyebutkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Produk emina membandrol harga *make up* yang cukup bersahabat dengan kantong para pelajar yang terjangkau relative murah dengan harga 20.000 sampai yang paling mahal 128.000. *skin care* dengan harga 14.400 sampai 35.500. Dengan harga dan kualitas yang baik dapat dikatakan produk emina dapat terjangkau oleh para konsumen remaja dan juga para pelajar.

Konsumen adalah pemeran utama dalam suksesnya penjualan suatu perusahaan karena jika tidak ada konsumen, perusahaan tidak akan bisa berjalan dengan baik dan tidak bisa berkembang sesuai target karena adanya kendala. Perusahaan dituntut mampu dalam mengenal kebutuhan konsumen

lewat melihat perilaku konsumen. Perilaku konsumen penting untuk dipelajari karena dapat membantu perusahaan atau pemasar mencari tahu hal apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen. Upaya mencari tahu, mengenal, memahami, dan mempelajari perilaku konsumen merupakan pengetahuan dasar yang sangat penting dalam dunia pemasaran.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan user persona merek kosmetik Emina adalah remaja wanita berusia 13-18 tahun dengan sosioekonomi kelas menengah dan tinggal di daerah urban di Indonesia.

Dari penjelasan di atas penulis tertarik untuk mengambil judul Pengaruh promosi, kualitas produk, persepsi harga, terhadap minat beli produk emina di kota Yogyakarta.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian ini, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli produk Emina di kota Yogyakarta dan sekitarnya ?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli produk Emina di kota Yogyakarta dan sekitarnya?
- c. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli produk Emina di kota Yogyakarta dan sekitarnya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat beli produk emina.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk emina.
- c. Untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang harga terhadap minat produk emina.

#### **1.4 Manfaat penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi pihak penjual. Hasil penelitian ini dapat dijadikan patokan dalam penjualan dan juga arahan dalam menyusun strategi berkembangnya perusahaan.
- b. Bagi pihak lain/pembaca Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi pemula yang ingin memulai bisnis dan juga sumbangan pemikiran informasi terkait hal-hal yang dibahas dalam penelitian ini. Pembelajaran yang dapat diambil boleh dipraktikkan dalam penerapan dunia bisnis baik itu dari segi konsumen maupun produsen.
- c. Bagi peneliti. Penelitian ini berguna bagi peneliti karena dapat menambah pengetahuan dan memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah dan membuat keputusan. Dengan begitu hasil penelitian ini dapat digunakan untuk hasil penelitian nanti, baik bagi kepentingan pengembangan perusahaan maupun kepentingan ilmu pengetahuan dan juga memperkuat teori yang ada yaitu mengenai pengaruh



brand ambassador, kualitas produk , dan persepsi harga terhadap minat beli produk emina.

### **1.5 Batasan penelitian**

Agar permasalahan yang diangkat tidak meluas, oleh karena itu periset mengelompokkan batasan permasalahan seperti berikut :

- a. Penelitian dilakukan pada masyarakat usia dewasa yaitu ( pada generasi muda di kota Yogyakarta dan sekitarnya dari usia 15-25 tahun) dari konsumen yang berminat membeli produk-produk kecantikan.
- b. Penelitian digunakan dalam bentuk pencarian data lewat kuisisioner
- c. Ruang lingkup penelitian hanya di kota Yogyakarta, dan sekitarnya.
- d. Variabel fokus pada penelitian ini adalah yang berhubungan dengan pengaruh promosi, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap minat beli produk emina di Yogyakarta dan sekitarnya. Menurut Kotler dan Keller dalam Riyanto (2015:14) Promosi merupakan bermacam metode buat menginformasikan, membujuk serta menegaskan konsumen secara langsung ataupun tidak langsung tentang sesuatu produk ataupun merk yang dijual.
- e. Waktu penelitian September - Desember
- f. Jumlah responden sebanyak 100 orang

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan pada data yang telah di cek. Peneliti ini menunjukan hasil bahwa kualitas produk, dan persepsi harga. Memiliki dampak yang signifikan, positif yang berpengaruh terhadap minat beli produk emina di kota Yogyakarta dan sekitarnya. 1 variabel independen yaitu promosi menunjukan hasil bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat beli produk emina di kota Yogyakarta, khususnya pada :

1. responden berusia 20-25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 84 responden.berdasarkan pada data yang dikumpulkan, kebanyakan responden pendidikan terakhir yaitu SMA dengan presentase 70%
2. Minat beli pada produk emina di kota Yogyakarta dan sekitarnya tidak dipengaruhi pada promosi yang dilakukan baik itu periklanan di media sosial, *personal selling*, diskon, dan *direct marketing*
3. Minat beli pada produk emina di kota Yogyakarta dan sekitarnya dapat dipengaruhi oleh kualitas yang pada pada produk emina.
4. Minat beli pada produk emina di kota Yogyakarta dan sekitarnya dapat dipengaruhi oleh persepsi harga yang ada pada produk emina.

## **5.2 keterbatasan Penelitian**

1. Penelitian ini dibatasi yaitu hanya dilakukan oleh 100 responden yang berjenis kelamin perempuan sehingga penelitian ini terbatas dan tidak berlaku secara umum bagi masyarakat.
2. Penulis tidak dapat mengontrol tanggapan responden secara langsung, sehingga masih mungkin ada responden yang tidak memberikan tanggapan dengan benar dan kurang memahami pertanyaan.

## **5.3 Saran**

### **1. Bagi Perusahaan**

- a. peneliti menyarankan untuk perusahaan produk emina melihat dan melakukan survei terkait calon pembeli yang melihat bahwa promosi tidak terlalu penting. Sehingga perusahaan dapat mengukur, mengevaluasi, dan melihat seberapa efektif promosi terhadap minat beli konsumen.
- b. Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai dengan angka yang signifikan. Variabel ini terlihat mempengaruhi minat beli produk emina di kota Yogyakarta dan sekitarnya. Maka dari itu diharapkan pihak perusahaan menjaga kualitas dan meningkatkan kualitas pada produk agar minat beli terus meningkat.
- c. Lalu terkait variabel persepsi harga, dari hasil cek data yang dilakukan variabel tersebut menghasilkan nilai angka yang

signifikan yang berarti persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk emina di kota Yogyakarta dan sekitarnya. Maka dari itu diharapkan untuk perusahaan agar dapat menjaga konsistensi harga layanan yang terjangkau bagi konsumen.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a. Diharapkan, peneliti selanjutnya dapat menggunakan hasil Kajian ini dijadikan rujukan dan sekaligus panduan penelitiannya. Jadi peneliti selanjutnya bisa menggunakannya untuk memperdalam analisis, dengan variabel yang berbeda seperti kualitas layanan, dan kualitas produk, dan variabel lainnya. semoga Hasil penelitian ini dapat membantu konsumen ketika adanya minat beli.
- b. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas variabel X dengan menghubungkan variabel lainnya pada variabel yang dianggap dapat mempengaruhi variabel Y yaitu minat beli.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfian, C., & Nainggolan, B. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Steak 21 Mall Kota Kasablanka. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 363-380.
- Aulia, A. R., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh city branding “a land of harmony” terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung ke puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(3), 67-75.
- Ajjiah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 232-236.
- Aprilia, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34-46.
- Anggraeni, D. Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembeli Smartphone Oppo Dan Samsung Di Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
- Azizah, M. N. (2023). Strategi Peningkatan Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada PT Bank X (Persero) Tbk Kantor Cabang Kota Tasikmalaya (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Afriansyah, B., Niarti, U., & Hermelinda, T. (2021). Analisis Implementasi Penyusunan Laporan Keuangan Pada Umkm Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil Dan Menengah (Sak EMKM). *Jurnal Saintifik (Multi Science Journal)*, 19(1), 25-30.
- BAKTI, P. C. A. (2010). *Aspek-Aspek Hukum BMT (Baitul Maal wat Tamwil)*. Citra Aditya Bakti.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model keputusan pembelian melalui kepuasan konsumen pada marketplace: Kualitas produk dan kualitas pelayanan (Literature review manajemen pemasaran).

- Damayanti, E. Penggunaan Media Big Book Untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa Di Sekolah Dasar. In *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series* (Vol. 4, No. 6, pp. 1386-1392).
- Dewi, E. P. (2022). *Manajemen Pemasaran Hasil Pengelolaan Bank Sampah Melalui E-commerce*. Pale Media Prima.
- Erri, D., Lestari, A. P., & Asymar, H. H. (2021). Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT Melzer Global Sejahtera Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(9), 1897-1906.
- Erri, D., Lestari, A. P., & Asymar, H. H. (2021). Pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan pada PT Melzer Global Sejahtera Jakarta. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(9), 1897-1906.
- Febriani, Y., Ouakki, M., Zou, M., Talbot, D., ... & De Serres, G. (2021). Two-dose SARS-CoV-2 vaccine effectiveness with mixed schedules and extended dosing intervals: test-negative design studies from British Columbia and Quebec, Canada. *MedRxiv*, 2021-10.
- Feingenbaum, S., & Natalia, G. Ó. M. E. Z. (2012). La inmigrante latinoamericana en dos novelas españolas actuales: Nunca pasa nada de José Ovejero y Madre mía que estás en los infiernos de Carmen Jiménez.
- Habibah, N. (2016). Lingkungan artifisial dalam pembelajaran bahasa Arab. *Arabiyat: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Kebahasaaraban*, 3(2), 173-196.
- Hulu, E., Menfroda, Y., & Kakisina, S. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Indomarco Adi Prima Cabang Medan Stok Point Nias Kota Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 6(4), 106-115.
- Hanum, L. (2020). Hubungan Kualitas Fisik Rumah Dan Perilaku Penghuni Dengan Penyakit ISPA Pada Balita Di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kota Medan (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).



- Inaray, J. C. (2016). Pengaruh kepemimpinan dan motivasi kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Amanah Finance di Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2).
- Jaya, K. P. P. S. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Komala, R. D., & Nellyaningsih, N. (2017). Tinjauan Implementasi Personal Selling Pada Pt. Astra Internasional Daihatsu Astra Biz Center Bandung Pada Tahun.
- Khafidin, K. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran.
- Lailiya, W. (2018). Pengaruh Tingkat Stres Terhadap Proses Penyelesaian Skripsi Pada Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
- Mulyono, M. A., & Aji, S. (2020). Pengaruh Display Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Zoya Kosmetik Gresik. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*, 5(2), 63-71.
- Mitariyani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet di Gallery Smartfren Denpasar. *Emas*, 1(1).
- Malina, R. M. (1996). Tracking of physical activity and physical fitness across the lifespan. *Research quarterly for exercise and sport*, 67(sup3), S-48.
- Mubarak, S. A. (2015). *Construction project scheduling and control*. John Wiley & Sons.
- Musnaini, M., & Wijoyo, H. (2021). Impact of Variety Seeking, dan Elektronik Word of Mouth of Cosmetic Brand Switching Brand Switching di Industri Kosmetik Indonesia. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 3(1), 23-32.
- Mursid, R., Saragih, A. H., & Hartono, R. (2022). The Effect of the Blended Project-Based Learning Model and Creative Thinking Ability

- on Engineering Students' Learning Outcomes. *International Journal of Education in Mathematics, Science and Technology*, 10(1), 218-235.
- Nurhasanah, S. (2018). Akuntabilitas laporan keuangan lembaga amil zakat dalam memaksimalkan potensi zakat. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 11(2), 327-348.
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis regresi linier berganda dalam estimasi produktivitas tanaman padi di kabupaten karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, 5(2), 117-128.
- Purnawijaya, F. M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 Di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Pralina, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Surabaya Town Square. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 5(1).
- Priansa, D. J. (2017). Pengembangan strategi dan model pembelajaran: inovatif, kreatif, dan prestatif dalam memahami peserta didik.
- Riyanto, A. (2018). Implikasi kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PDAM Cibadak Sukabumi. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 117-124.
- Rolyana, N., Nur Arif, S., Hengki Mangiring Parulian, S., ... & Idah Kusuma, G. Dyah, & Purba, Bonaraja. (2021). *Organisasi dan Manajemen. Yayasan Kita Menulis*.
- Rahima, R. E. A., & Ahmed, G. (2020). Leadership styles and organizational knowledge management activities: A systematic review. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 22(3), 250-275.
- Sangadji, Sopiah. "Implementation of cooperative learning with group investigation model to improve learning Achievement of vocational school students in Indonesia." *International Journal of Learning and Development* 6.1 (2016): 91-103.
- Siregar, B. P., Ginting, B., Sikumbang, J., & Ramadhan, M. C. (2019). Aspek Hukum Lembaga Paksa Badan Terkait Penahanan

Terhadap Debitur Pailit. *ARBITER: Jurnal Ilmiah Magister Hukum*, 1(1), 78-88.

- SUGIONO, S. (2015). Deskripsi Tentang Minat Karir Menurut Teori Holland pada Siswa Kelas Xiisma Prasetya Kota Gorontalo. *Skripsi*, 1(111410227).
- Sulistiyono, S., & Sulistiyowati, W. (2018). Peramalan produksi dengan metode regresi linier berganda. *PROZIMA (Productivity, Optimization and Manufacturing System Engineering)*, 1(2), 82-89.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh kepercayaan pelanggan dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shop mikaylaku dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38-51.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 21(3), 308-315.
- Sukestiyarno, Y. L., & Agoestanto, A. (2017). Batasan prasyarat uji normalitas dan uji homogenitas pada model regresi linear. *Unnes Journal of Mathematics*, 6(2), 168-177.
- Siti, A. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Purwokerto) (Doctoral dissertation, UIN Prof. KH Saiffudin Zuhri Purwokerto).
- Suryajaya, I., & Sienatra, K. B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(3), 176-184.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Kumar, S. R. (1951). *Consumer. Marketing*.
- Saktiana, N., & Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Berlabel Halal (Studi pada Konsumen

Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 45-62.

- Sari, P. D. R., Manggabarani, A. S., & Husniati, R. (2020, November). Pengaruh brand image, harga, dan kualitas layanan terhadap minat beli produk fashion secara online Di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja Online Zalora). In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 727-738).
- Sigalingging, L., Lumbanraja, P., & Salim, S. R. (2019). Analysis Of Effect Promotion And Motivation To Work On The Performance Of Employees Job Satisfaction As An Intervening Variable In AMIK Medicom Medan. In *Medan International Conference Economics and Business Applied (MICEBA)* (Vol. 1, No. 1, pp. 19-29).
- Susanti, E. (2017). Penerapan model pembelajaran probing-prompting untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis Matematis siswa kelas XI. IPA MAN 1 Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, 2(1).
- Shanti, I., & Mardhatillah, A. THE ROLE OF PILOT'S INTUITION IN DECISION MAKING PROCESS.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 5(1), 32-39.
- Tonda, F., & Tyas, T. S. N. (2022). Literature Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial Dan Pribadi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 509-519.
- Tumuju, N. S., & Rogi, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Strategi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pt. Deho Canning Company Bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 78-90.
- Vandiah, H. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett (Studi Kasus Mahasiswa Stei 2018 Yang Berbelanja Di *E-commerce*) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).

Wicaksono, S. Y., & Mashariono, M. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).

Yolanda, L. S. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Pada Kantor Konsultan Manajemen Wilayah Oversight Consultant (Oc) Regional-3 Pekanbaru Riau. *B-Master*, 1(1), 20-29.

