

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
TOKO EVI KOSMETIK**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH:

RAHMAYANI RAMBE

2201500392

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : RAHMAYANI RAMBE
NPM : 2201500392
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA TOKO EVI KOSMETIK

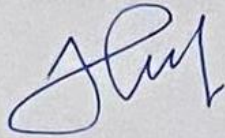
RANTAUPRAPAT,

2026

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

PEMBIMBING PENDAMPING



JUNITA LUBIS, SE, M.Si
NIDN. 0116118301

PITRIYANI, SE., M.M
NIDN. 0107098902

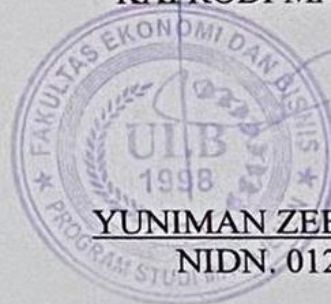
MENYETUJUI:

DEKAN

KAPRODI MANAJEMEN



Dr. ZULKARNAIN NASUTION, SE, M.Si
NIDN. 0116087401



YUNIMAN ZEBUA, SE, M.M
NIDN. 0126128901

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : RAHMAYANI RAMBE
NPM : 2201500392
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA TOKO EVI KOSMETIK

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 01 April 2026

Yang Membuat Pernyataan



RAHMAYANI RAMBE
NPM. 2201500392

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan saya kekuatan dan kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Evi Kosmetik ”. Penulis juga berterimakasih kepada ibu Junita Lubis, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing ibu Pitriyani, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa dukungan dan bantuan dari banyak orang, yang masing – masing memberikan penulis peran dan inspirasi yang besar. Maka, dengan rasa syukur dan segala hormat, penulis menyampaikan terima kasih kepada mereka yang telah menjadi bagian dalam perjalanan skripsi saya ini:

1. Teristimewah Kepada ibunda dan Ayahanda sebagai Sosok orang tua.
2. Ibu Junita Lubis, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I.
3. Ibu Pitriyani SE, M.M, selaku Dosen Pembimbing II
4. Kepada teman-teman mahasiswa terima kasih atas suka dan duka yang telah kita lalui, semoga kita semua menjadi orang yang sukses
5. Bapak/Ibu Dosen tetap beserta staf pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu

Akhir kata dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian dari berbagai pihak yang mendukung penulisan skripsi ini, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi seluruh pihak yang membacanya untuk menambah wawasan.

Rantauprapat 01 April 2026

Penulis



Rahmayani Rambe

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen pada Toko Evi Kosmetik. Jenis penelitian ini deskriptif kuantitatif. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 96 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel kualitas produk (X_1), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 2,678 dengan taraf signifikansi 0,010. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} ($2,678 > t_{tabel}$ 1,661) dan taraf signifikansi $0,010 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima. Untuk variabel harga (X_2), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 2,503 dan taraf signifikansi 0,016. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} ($2,503 > t_{tabel}$ (1,661) dan taraf signifikansi $0,016 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial harga berpengaruh terhadap minat beli. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima. Untuk variabel promosi (X_3), diperoleh nilai t_{hitung} yaitu 3,138 dan taraf signifikansi 0,003. Jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} , maka t_{hitung} $3,138 > t_{tabel}$ (1,661) dan taraf signifikansi $0,003 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial promosi berpengaruh terhadap minat beli. Dengan demikian berarti hipotesis dapat diterima. Kata kunci : Harga, Kualitas produk, promosi, minat beli

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	6
1. Batasan Masalah.....	6
2. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Uraian Teoritis.....	10
1. Kualitas produk.....	10
a. Pengertian Kualitas Produk.....	10
b. Faktor-Faktor iYang iMempengaruhi iKualitas iProduk.....	12
c. Indikator Kualitas Produk.....	12
2. Harga.....	13
a. Pengertian Harga.....	13
b. faktor – faktor Penentu Harga.....	14
c. Indikator Harga.....	15
3. Promosi.....	16
a. Pengertian Promosi.....	16
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Promosi.....	17
c. Indikator-Indikator Promosi.....	18
4. Minat Beli.....	19
a. Pengertian Minat Beli.....	19
b. Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	20
c. Indikator Minat Beli.....	20
C. Kerangka Konseptual.....	21
D. Hipotesis Penelitian.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
1. Lokasi Penelitian.....	24
2. Waktu Penelitian.....	24
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	24

1. Populasi.....	24
2. Sampel.....	25
C. Definisi Operasional Variabel.....	26
D. Jenis dan Sumber Data.....	27
E. Teknik Pengumpulan Data.....	27
F. Metode Analisis Data.....	29
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	35
A. Hasil Penelitian.....	35
1. Profil Usaha	35
2. Analisis iDeskriptif iIdentitas iResponden iPenelitian	35
3. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	36
4. Hasil Uji Instrumen Data	39
5. Hasil Uji Asumsi Klasik	39
B. Pembahasan	51
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57