

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KONTEN PEMASARAN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO DI SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

BAGAS BRANAHDHA PUTRA AGUNG

NPM. 21042010083

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KONTEN PEMASARAN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK ERIGO DI SURABAYA**

Disusun Oleh

BAGAS BRANAHDA PUTRA AGUNG

NPM. 21042010083

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB

NPT. 21219920526338

Mengetahui,

**DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**



Dr. Cafer Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KONTEN
PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK
ERIGO DI SURABAYA

Disusun Oleh
BAGAS BRANA HDA PUTRA AGUNG
NPM. 21042010083

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 23 Mei 2025

Menyetujui,
Pembimbing Utama


(Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB)
NPT. 21219920526338

Tim Penguji
1. Ketua


(Dra. Siti Ning Farida M., Si)
NIP. 1964062919900320001
2. Sekretaris


(Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB)
NIP. 199312072022032015
3. Anggota


(Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB)
NPT. 21219920526338

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR



(Dr. Catur Suratnoaji, M.Si)
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Bagas Branahda Putra Agung
NPM : 21042010083
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir (Skripsi) Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 27 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Nama Bagas Branahda Putra Agung
NPM. 21042010083

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya jadi penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Konten Pemasaran atas Minat Beli Produk Erigo di Surabaya”** atas syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, jadi penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing yang sudah meluangkan waktunya guna memberikan bimbingan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Adapun pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang sudah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Kedua orang tua yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Serta adik dan kakak yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh sahabat dan teman-teman Administrasi Bisnis penulis yang sudah memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. guna itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat di harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. atas segala keterbatasan yang penulis miliki, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan khususnya bagi penulis.

Surabaya. 26 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1 Rumusan Masalah	11
1.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.3 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teori Utama (<i>Grand Theory</i>).....	19
2.3 Kerangka Berpikir	43
2.4 Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Jenis Penelitian	45
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	46
3.2.1 Definisi Operasional	46
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	53
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	54
3.3.1 Populasi.....	54
3.3.2 Sampel	54
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	56
3.4 Jenis, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	56
3.4.1 Jenis Data.....	56
3.4.2 Sumber Data	57

3.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5 Teknik Analisis Data	58
3.5.1 Kualitas data	59
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda	62
3.5.4 Uji Hipotesis	64
3.6 Waktu Penelitian Data	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Hasil Penelitian dan Penyajian Data.....	67
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	67
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	71
4.2 Analisis SPSS (Statistikal Package for the Social Sciens)	92
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas	92
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	95
4.2.3 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda	98
4.2.4 Uji Hipotesis	99
4.3 Pembahasan	105
4.3.1 Pengaruh Citra Merek atas Minat Beli	105
4.3.2 Pengaruh Harga atas Minat Beli	106
4.3.3 Pengaruh Konten Pemasaran atas Minat Beli.....	108
4.3.4 Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Konten Pemasaran Atas Minat Beli	109
BAB V KESIMPULAN.....	111
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Erigo di New York Fashion Week 2022.....	2
Gambar 1.2 Tenant Erigo di Gran City Mall Surabaya.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	43
Gambar 2.1 Model Uji Regresi Linear Berganda.....	63
Gambar 4.1 Logo Eiger.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand <i>Fashion</i> Lokal yang Mendunia.....	3
Tabel 1.2 Jumlah Barang Terjual dari platform Shopee.....	8
Tabel 1.3 Harga Produk Erigo.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 2.2 Perbedaan Variabel Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	46
Tabel 3.2 Bobot Skala Pengukuran.....	53
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	65
Tabel 4.1 Klasifikasi sesuai Jenis Kelamin.....	72
Tabel 4.2 Klasifikasi sesuai Usia	73
Tabel 4.3 Klasifikasi sesuai Pekerjaan.....	74
Tabel 4.4 Klasifikasi sesuai Penghasilan	75
Tabel 4.5 Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	76
Tabel 4.6 Deskriptif Variabel Harga (X2)	7
Tabel 4.7 Deskriptif Variabel Konten Pemasaran (X3).....	82
Tabel 4.8 Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	88
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	92
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	94
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas Data.....	95
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	96
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	97
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	98
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	100
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	101
Tabel 4.16 Hasil Uji F	104

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	118
Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden	123
Lampiran 3 Hasil Output SPSS 30.....	140

ABSTRAK

Bagas Branahda Putra Agung, 21042010083, Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Konten Pemasaran atas Minat Beli Produk Erigo di Surabaya.

Pembimbing: Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB.

Dalam era persaingan industri fashion yang semakin kompetitif, perusahaan perlu mengembangkan strategi yang tepat guna meningkatkan daya tarik produk dan mendorong minat beli pembeli. Citra merek, harga, dan konten pemasaran jadi faktor-faktor penting yang dapat memengaruhi perilaku pembeli dalam pengambilan keputusan guna membeli produk. Penelitian ini bertujuan guna menganalisis pengaruh citra merek, harga, dan konten pemasaran atas minat beli produk Erigo di Surabaya. Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif atas metode survei. Populasi pada penelitian ini ialah pembeli yang pernah membeli ataupun mengenal produk Erigo di Surabaya. Teknik pengambilan sampel dilaksanakan atas metode purposive sampling sejumlah 156 responden. Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner secara online. Teknik analisis data yang dipakai ialah regresi linear berganda guna mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen atas variabel dependen. Hasil penelitian memperlihatkan bahwasanya citra merek, harga, dan konten pemasaran secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan atas minat beli produk Erigo di Surabaya. Temuan ini memperkuat pentingnya pengelolaan strategi pemasaran yang komprehensif dalam meningkatkan daya saing merek lokal di tengah persaingan pasar fashion yang dinamis.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Konten Pemasaran

ABSTRAK

Bagas Branahda Putra Agung, 21042010083, The Influence of Brand Image, Price, and Marketing Content on Purchase Interest of Erigo Products in Surabaya. Advisor: Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB.

In the era of increasingly competitive fashion industry competition, companies need to develop the right strategy to increase product appeal and encourage consumer purchasing interest. Brand image, price, and marketing content are important factors that can influence consumer behavior in making decisions to buy products. This study aims to analyze the effect of brand image, price, and marketing content on purchasing interest in Erigo products in Surabaya. This study uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study were consumers who had purchased or were familiar with Erigo products in Surabaya. The sampling technique was carried out using the purposive sampling method with 156 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires online. The data analysis technique used was multiple linear regression to determine the effect of each independent variable on the dependent variable. The results of the study showed that brand image, price, and marketing content partially and simultaneously had a positive and significant effect on purchasing interest in Erigo products in Surabaya. These findings reinforce the importance of managing a comprehensive marketing strategy in increasing the competitiveness of local brands amidst the dynamic fashion market competition.

Keywords: Brand Image, Price, Marketing Content