

**PENGARUH KREATIVITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP MINAT BELI KAOS NEVADA
(Study Kasus di Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya).**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh :

Ayu Azhari

NBI : 1121600058

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2019**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di Depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal : 07 Januari 2020

DEWAN PENGUJI

1. Dr. Endro Tjahjono, MM

Ketua

2. Drs. Agung Pujianto, MM

Anggota

3. Dra. Sri Andayani, MM

Anggota

(.....)

(.....)

(.....)

Mengesahkan

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS ILMU
SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA**

Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **AYU AZHARI**
NBI : **1121600058**
Judul : **PENGARUH KREATIVITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE
TERHADAP MINAT BELI KAOS NEVADA (Study Kasus di
Matahari Department Store Royal Plaza Surabaya).**

Surabaya, 07 Januari 2020

**Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing**

**Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Dr. Endro Tjahjono, MM

Dr. Endro Tjahjono, MM



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1600 (ex 311)

Email: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Azhari
NBI : 1121600058
Fakultas : FISIP
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non exclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul : "Pengaruh Kreativitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Kaos Nevada (*Study kasus di Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya*)".

Dengan **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (Non exclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,



PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Azhari

NBI : 1121600058

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “PENGARUH KREATIVITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI KAOS NEVADA (*Study Kasus di Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya*).” merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan dalam daftar pustaka layaknya sebuah karya ilmiah. Apabila saya melakukan perbuatan yang bertentangan dengan hal di atas tersebut, baik yang disengaja maupun tidak, maka dengan ini saya menyatakan akan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya atau hasil tulisan saya sendiri. Apabila dikemudian hari ternyata skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam daftar pustaka, berarti ijazah dan gelar yang akan saya peroleh dari universitas batal saya terima.

Surabaya, 16 Januari 2020

Pembuat Pernyataan



Ayu Azhari

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	i
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Sistematika Penelitian	3
BAB II KAJIAN PUSTAKA	5
2.1 Penelitian Terdahulu	5
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Kreativitas Produk (X1).....	10
2.2.2 Brand image(X2).....	12
2.2.3 Minat Beli (Y).....	14
2.3 Hubungan Antar Variabel	16
2.3.1 Hubungan Kreativitas Produk Terhadap Minat Beli.....	16
2.3.2 Hubungan Brand Image Terhadap Minat Beli	16
2.4 Kerangka Berpikir.....	17
2.5 Definisi Konsep dan Operasional.....	17
2.5.1 Definisi Konsep.....	17
2.5.2 Definisi Operasional.....	17
2.6 Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis Penelitian.....	19
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	19
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	19
3.4 Jenis dan Sumber Data	20

3.5	Skala Pengukuran.....	20
3.6	Populasi dan Sampel.....	21
3.7	Uji Validitas Dan Reliabilitas	22
3.8	Teknik Analisis	23
3.8.1	Analisis Kuantitatif	23
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	23
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda	25
3.8.4	Analisis Deskriptif	26
3.8.5	Uji Hipotesis	26
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISA DAN PEMBAHASAN.....		29
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	29
4.2	Gambaran Umum Responden	31
4.2.1	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	31
4.2.2	Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	31
4.2.3	Distribusi Responden Berdasarkan Status.....	32
4.2.4	Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
4.2.5	Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang Saku	33
4.2.6	Distribusi Responden Berdasarkan Domisili	34
4.3	Uji Validitas dan Reabilitas	34
4.3.1	Uji Validitas	34
4.3.2	Hasil Tabulasi Data.....	36
4.3.3	Uji Reliabilitas	53
4.4	Teknik Analisis	57
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.4.2	Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.5	Uji Hipotesis	64
4.5.1	Uji Simultan (Uji F).....	64
4.5.2	Uji Parsial (Uji t).....	65
4.5.3	Koefesien Korelasi Berganda (R)	66
4.5.4	Koefesien Determinasi Berganda (R ²)	67
4.6	Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP.....		71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Rekomendasi.....	71
DAFTAR PUSTAKA		73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Koesioner

Lampiran 2 : Tabulasi data Pengisian Angket

Lampiran 3 : Tabulasi data Pengisian Angket

Lampiran 4 : Tabulasi data Pengisian Angket

Lampiran 5 : Uji Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 6 : Uji Validitas

Lampiran 7 : Uji Reliabilitas

Lampiran 8 : Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 9 : Asumsi Klasik

Lampiran 10 : Tabel R (Validitas)

Lampiran 11 : Tabel Uji F

Lampiran 12 : Tabel Uji t

Lampiran 13 : Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 14 : Perintah Revisi

Lampiran 15 : Jurnal

Lampiran 16 : Uji Turnitin

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 3.1 Auto Korelasi.....	25
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	32
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku.....	33
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	34
Tabel 4.7 Uji Validitas	35
Tabel 4.8 Tabulasi Variabel Kreativitas Produk	36
Tabel 4.9 Tabulasi Variabel <i>Brand Image</i>	42
Tabel 4.10 Tabulasi Variabel Minat Beli	47
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Variabel Kreativitas Produk	54
Tabel 4.13 Penilaian Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	55
Tabel 4.14 Penilaian Responden Terhadap Variabel Minat Beli	56
Tabel 4.15 Uji Normalitas	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas	59
Tabel 4.17 Hasil Uji Multi Kolinearitas	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Auto Korelasi	61
Tabel 4.19 Hasil Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi	61
Tabel 4.20 Uji Linier Berganda.....	63
Tabel 4.21 Uji-F	64

Tabel 4.22 Uji-t	65
Tabel 4.23 Uji R	66
Tabel 4.24 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	67
Tabel 4.25 Uji R ²	67

MOTTO

“ Tidak ada kesuksesan tanpa kesulitan.”

– Sophocles

“ Kosmetik bukan jaminan kecantikan. Tapi semangat, kasih, ceria, ramah dan senyuman, itulah kunci kecantikan.”

– Bob Sadino

“ Everything happens for a reason, trust God!”

– Ayu Ashari

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Orang tuaku tercinta (Bapak M.Ashari dan Ibu Purwati), terimakasih untuk semua kasih sayang dan do'a serta rasa cinta yang tak pernah lelah selalu mendoakan, mendukung hal apapun yang saya lakukan selama ini, takkan pernah saya lupakan semua pengorbanan dan jerih payah yang Ayah dan Ibu berikan untuk saya agar dapat mencapai cita-cita. Insyallah kelak saya dapat membahagiakan Ayah dan Ibu sampai akhir hayat.
2. Untuk Adik tercinta (M. Afif Ashari), pakpo dan Nenek yang selalu memberikan dukungan dan mendoakan saya.
3. Ade Rakhmat Putra yang selalu memberi dukungan, do'a dan semangat kepada saya.
4. Teman dan kerabat yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada saya.
5. Almamater yang saya banggakan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kreativitas Produk dan Brand Image Terhadap Minat Beli kaos Nevada (*Study kasus di Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya*)”.

Adapun maksud disusunnya skripsi ini adalah salah satu memenuhi syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu (S-1) Jurusan Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis telah mendapat banyak dukungan, bantuan, serta petunjuk yang sangat bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ALLAH SWT
2. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM.,CMA.,CPAI. Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM. Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Rachmawati Novaria, MM. Selaku wakil dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Drs. Agung Pujiyanto, MM. Selaku Letua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
6. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, MM. Selaku Dosen Wali yang selalu memberikan nasihat, arahan dan bantuan selama proses studi di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan nasihat, dan bantuan selama pross study sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
8. Ibu Dra. Awin Mulyati, MM. Selaku Dosen Pembimbing 2 yang selalu memberikan semangat, dukungan dan membantu membimbing selama proses studi, sehingga saya dapat mengerjakan skripsi ini sampai selesai.
9. Kedua orang tua serta keluarga saya yang selalu memberikan dukungan, nasihat dan bimbingan dan do'a selama saya menyelesaikan masa studi.
10. Ade Rakhmat Putra yang selalu memberikan dukungan, pengemangat, do'a dan selalu ada di segala hal.

11. Sahabat-sahabat saya vida, friska, mbak ayuk yang telah memberikan banyak saran dan masukan.
12. Teman baik saya dan Ade (Ali Mahmudi) yang sudah mengasih saya motivasi, arahan, bimbingan dan mengajari saya selama menyusun penelitian ini.
13. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2016 yang telah berjuang bersama-sama. Terutama teman-teman baby shark, mega patek, khoirul, angga, juven, sawadil, aga, elfira yang selalu menyemangati dalam penyusunan skripsi ini.

Surabaya, 07 Januari 2019

Penulis,

PENGARUH KREATIVITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP MINAT BELI KAOS NEVADA

(*Study Kasus di Matahari Departement Store Royal Plaza Surabaya*)

Ayu Azhari
Endro Tjahjono
Awin Mulyati

ABSTRAK

Kreativitas Produk adalah langkah yang sangat penting untuk kelangsungan hidup produktivitas perusahaan. Hal ini akan berdampak pada Brand Image. Penelitian ini yang berjudul Pengaruh Kreativitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Kaos Nevada di Matahari *Departement Store Royal Plaza* Surabaya ini memiliki **rumusan masalah** seberapa besar pengaruh Kreativitas Produk dan *Brand image* terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store Royal Plaza* Surabaya. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kreativitas produk dan *brand image* terhadap minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store Royal Plaza* Surabaya. **Jenis penelitian** adalah survei/lapangan. **Metode** yang digunakan analisis kuantitatif dan teknik pengumpulan datanya dengan koesioner. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari subyek yaitu pengunjung booth Nevada di Matahari *Departement Store Royal Plaza* Surabaya dan data sekunder yang diperoleh dengan membaca literatur, buku, artikel, jurnal, data dari internet dan skripsi maupun tesis penelitian sebelumnya. **Berdasarkan analisa** data yang dilakukan, secara parsial dan secara simultan variabel kreativitas produk tidak berpengaruh signifikan dan brand image berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel minat beli kaos Nevada di Matahari *Departement Store Royal Plaza* Surabaya. Dalam penelitian ini **diharapkan** Matahari *Departement Store* terus melakukan pembaruan dan selalu mendapatkan citra produk yang baik di mata masyarakat agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi harapan konsumen dan menaikkan penjualan.

Kata Kunci : Kreativitas Produk, *Brand Image*, Minat Beli

ABSTRACT

*Product creativity is a very important step for the survival of the company's productivity. This will have an impact on Brand Image. This study entitled *The Effect of Product Creativity and Brand Image on Purchasing Interest in Nevada T-shirts at Matahari Department Store Royal Plaza Surabaya* has a **problem statement** is how much influence Product Creativity and Brand Image have on the interest in buying Nevada shirts at Matahari Department Store Royal Plaza Surabaya.. The purpose of this study was to find out and analyze how much influence the creativity of the product and brand image on the purchase interest of Nevada T-shirts at Matahari Department Store Royal Plaza Surabaya. This **type** of research is a survey or field. **The method** used is quantitative analysis and data collection techniques with questionnaires. The data used are primary data obtained from subjects namely Nevada booth visitors at Matahari Department Store Royal Plaza Surabaya and secondary data obtained by reading literature, books, articles, journals, data from the internet and thesis or previous research theses. Based on the data analysis, partially and simultaneously the product creativity variable has no significant effect and the brand image has a positive and significant effect on the variable purchase interest of the Nevada T-shirt at Matahari Department Store Royal Plaza Surabaya. In this research, Matahari Department Store is **expected** to continue to update and always get a good product image in the eyes of the public so that the products produced can meet consumer expectations and increase sales.*

Keywords: *Product Creativity, Brand Image, Purchase Interest*