

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK M2 METRO DI PLAZA
SENAYAN JAKARTA PUSAT**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

Program Studi Manajemen- Strata 1



Nama : Fakhri Hilmi

NIM : 200400021

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
JAKARTA**

2026

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY,
COMPETITIVE PRICE ON BUYING INTEREST IN M2 METRO
PRODUCTS AT PLAZA SENAYAN, CENTRAL JAKARTA**

THESIS

Submitted as one of the requirements for obtaining a

BACHELOR OF MANAGEMENT

Study Program: Manajemen Strata-1



Arranged by :

Nama : Fakhri Hilmi

STUDENT ID NUMBER : 200400021

FACULTY OF ECONOMIC AND BUSINESS

UNIVERSITY OF SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2026

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fakhri Hilmi

NIM : 200400021

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni karya pribadi dan seluruh isi skripsi ini menjadi tanggung jawab saya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain saya akan mencantumkan sumber yang telah diatur oleh ketentuan yang berlaku. Apabila saya melakukan tindakan yang tidak berkenan saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini.

Jakarta, 23 Februari 2026



200400021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Fakhri Hilmi
NIM : 200400021
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK,
HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK M2
METRO DI PLAZA SENAYAN JAKARTA PUSAT

TANGGAL UJIAN : 16 – Februari - 2026

Jakarta, 23 Februari 2026

Dosen Pembimbing I



(Lucy Nancy Simatupang ,S.E.,M.M)

Dosen Pembimbing II



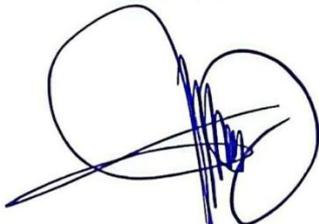
(Yuslinda Nasution S.E.,M.M)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Drs:Dharmawan P Hadad, M.M)

Ketua Jurusan



(Dr. Netti Natarida S.E.,M.M)

LEMBAR PENGESAHAN

PENGUJI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK M2 METRO DI PLAZA
SENAYAN JAKARTA PUSAT**

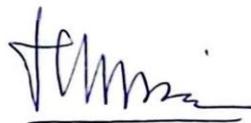
Oleh:

NAMA : Fakhri Hilmi

NIM : 200400021

Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal... Dan dinyatakan telah
memenuhi syarat untuk diterima

Ketua Penguji/ Pembimbing I



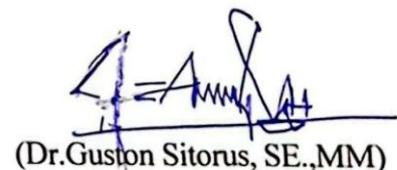
(Lucy Nancy Simatupang ,S.E.,M.M)

Anggota Penguji I



(Yuli Setiawan,S.A.B.,M.A)

Anggota Penguji II



(Dr.Guston Sitorus, SE.,MM)

Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Satya Negara Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FAKHRI HILMI
NIM : 200400021
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas (jika ada)* : ~~FAK~~ EKONOMI DAN BISNIS
Jenis karya : Skripsi/Tugas Akhir/Tesis/Karya Ilmiah Lainnya**

menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) kepada Universitas Satya Negara Indonesia atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PENYARUH CITRA MEREK KUALITAS PRODUK, MARGA
TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK M2 METRO
DI PLAZA SENAYAN JAKARTA SELATAN

beserta kelengkapan lainnya (jika diperlukan).

Selain itu, Universitas Satya Negara Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta dan bertujuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang digunakan secara etis.

Saya juga memberikan ijin kepada pembimbing Skripsi/Tugas Akhir/Tesis/Karya Ilmiah Lainnya untuk menjadi penulis kedua dari karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 23 FEBRUARI 2026...

Yang menyatakan



(..... FAKHRI HILMI)

*hapus jika tidak ada nama fakultas.

** Pilih salah satu.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat, petunjuk, dan keberkahan-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan yang berjudul “ **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA PRODUK M2 METRO DI PLAZA SENAYAN JAKARTA PUSAT** ”

Skripsi ini merupakan bagian dari perjalanan akademik dalam meraih gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia.

Dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari lika-liku dan tantangan yang harus penulis hadapi. Namun berkat dukungan dan doa dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang amat sangat mendalam kepada:

1. Rektor Universitas Satya Negara Indonesia, Bapak Dr. Sihar P.H Sitorus, B.S.B.A., M.B.A.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia, Bapak Dr. Drs. Dharmawan P Hadad, M.M
3. Ketua program studi Manajemen, Dr. Netti Natarida Marpaung, S.E.,M.M
4. Ibu Lucy Nancy Simatupang ,S.E.,M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang sangat Ikhlas dan sabar meluangkan waktu nya dan memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu. Yuslinda Nasution, S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing II yang sangat teliti dan begitu perhatian memberikan masukan yang berharga demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak/ Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tentunya sangat bermanfaat bagi penulis dimasa yang akan datang.
7. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak dan Ibu, orang tua tercinta dan segenap keluarga besar yang amat sangat berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih atas limpahan doa,kepercayaan,dukungan dan kasih sayang

yang tiada henti yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan Pendidikan sampai pada tahap akhir.

8. Terima kasih kepada Team Manajemen Pemasaran pagi, yang telah memberikan kebahagiaan, membantu, dan kebersamaan penulis di sepanjang perjalanan perkuliahan hingga sampai pada tahap akhir ini. Terima kasih untuk segala bantuan, waktu, support dan kebaikan dari semuanya
9. Seluruh teman-teman Angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Satya Negara Indonesia yang tidak bisa saya sebutkan Namanya satu persatu yang telah memberikan pengalaman manis dan berkesan selama masa perkuliahan.

untuk sampai di tahap ini namun gelar sarjana yang dulu ada dalam mimpi sekarang sudah berada didepan mata, teruslah menimba ilmu kelak kau kan temukan hasilnya. Penulis sangat menyadari dan sadar masih terdapat kekurangan pada skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan baik itu disengaja ataupun tidak disengaja. Semoga skripsi ini memberikan manfaat dan kontribusi positif dan menjadi bahan rujukan bagi pembaca dan penelitian selanjutnya.

Jakarta, 23 Februari 2026



Fakhri Hilmi

DOSEN PEMBIMBING I : Lucy Nancy Simatupang ,S.E.,M.M

DOSEN PEMBIMBING II : Yuslinda Nasution, S.E.,M.M

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Minat Beli Pada Produk M2 baik secara simultan maupun parsial. Desain penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling*. Populasi penelitian ini adalah Pelanggan Departement store di wilayah Jakarta pusat yang berbelanja secara langsung dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus roscoe. Metode analisis data yang digunakan merupakan analisis regresi linear berganda, Uji Asumsi Klasik ,(uji normalitas), (uji Multikolonieritas)), (uji Heteroskedatisitas), (Uji Autokorelasi) uji F (simultan), Uji t (parsial), dan Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) dengan bantuan *software SPSS 22*. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Citra merek, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Secara parsial, citra merek dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Sementara Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli

Kata Kunci: Citra merek, Kualitas produk, Harga, Minat beli

ADVISOR 1 : Lucy Nancy Simatupang ,S.E.,M.M

ADVISOR II : Yuslinda Nasution, S.E.,M.M

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of brand image, product quality, and price on purchase intention for M2 products, both simultaneously and partially. This research design uses a quantitative method with a non-probability sampling technique. The population of this study is department store customers in the central Jakarta area who shop directly with a sample of 100 respondents using the Roscoe formula. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, Classical Assumption Test, (normality test), (Multicollinearity test), (Heteroscedasticity test), (Autocorrelation test) F test (simultaneous), t test (partial), and the coefficient of determination (Adjusted R Square) with the help of SPSS 22 software. The results of this study indicate that there is a simultaneous influence between the variables of brand image, product quality, and price that have a significant effect on purchase intention. Partially, brand image and product quality have a significant effect on purchase intention. While price does not have a significant effect on purchase

*intention.***Keywords: brand image, Product quality, Competitive price, Purchase interest**