

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK KAHF DI KECAMATAN BULELENG

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1)
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetak dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**



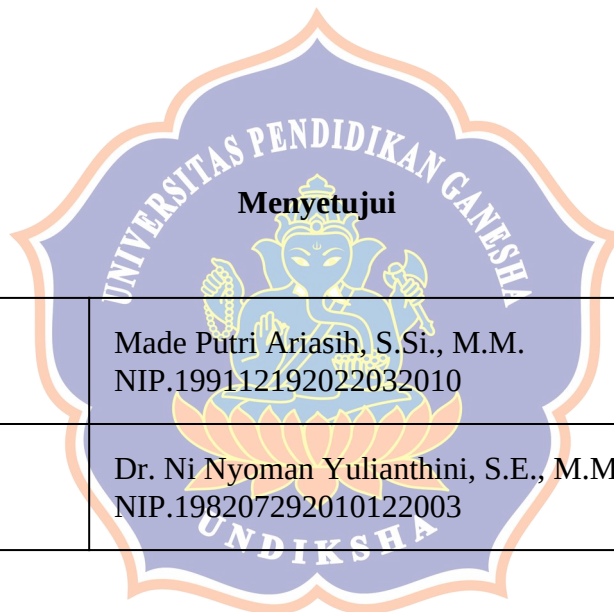
- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetak dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

SKRIPSI

DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN



Pembimbing I	Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. NIP.199112192022032010
Pembimbing II	Dr. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. NIP.198207292010122003



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.

Skripsi oleh MUHAMAD SALAM ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 27 Juli 2026

Dewan Penguji

Ketua	Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M. NIP.199105122023211031
Anggota	Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. NIP.199112192022032010
Anggota	Dr. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. NIP.198207292010122003



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Menyetujui

Ketua Ujian	Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. NIP.196810291993032001
Sekretaris Ujian	Made Amanda Dewanti, S.E.,M.M NIP.199106072020122017



- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE - BSSN, validitas dokumen elektronik ini bisa dicek menggunakan aplikasi mobile VeryDS oleh BSrE
- Cetakan dokumen ini merupakan salinan dari file dokumen bertandatangan elektronik yang keabsahannya dapat diakses melalui scan QRCode yang terdapat pada sertifikat ini.



**Balai Besar
Sertifikasi
Elektronik**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kahf di Kecamatan Buleleng" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 05 Juli 2026



Muhamad Salam
NIM. 2217041002

PRAKATA

Puji Syukur penyusun panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Niat Beli Konsumen pada Produk Kahf di Kecamatan Buleleng”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih pada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan fasilitas dan kesempatan dalam menempuh pendidikan.
3. Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Prodi Manajemen yang telah memberikan arahan selama proses perkuliahan.
4. Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M selaku Korprodi S1. Manajemen yang telah memberikan dukungan akademik.
5. Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta dukungan selama penulis menempuh studi di Universitas Pendidikan Ganesha.
6. Ibu Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan ilmu yang sangat berarti bagi penulis, serta dengan penuh kesabaran, ketulusan, dan perhatian dalam mendampingi setiap proses penyusunan skripsi dan selama perkuliahan.
7. Ibu Dr. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta berbagai saran dan masukan yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

8. Bapak Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E.,M.M. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan saran, masukan, serta kritik yang membangun dalam rangka penyempurnaan skripsi ini.
9. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu dan pelayanan selama masa perkuliahan.
10. Keluarga tercinta, yaitu Bapak Syafi'i, Ibu Setinah, kakak penulis Muhamad Rahman, serta keluarga besar yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan moral maupun materiil hingga selesainya skripsi ini.
11. Sahabat-sahabat terbaik penulis, yaitu Listia, Intan, Ricky, Dayu, Alvan, Widia serta seluruh rekan-rekan perjuangan di Jurusan Manajemen yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas motivasi, bantuan, serta keceriaan selama perkuliahan dan proses penyusunan skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
13. Diri penulis sendiri yang telah berjuang, bertahan, dan terus berproses dalam setiap keterbatasan, keraguan, dan tantangan yang dihadapi, namun tetap memilih untuk tidak menyerah hingga akhirnya mampu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan yang penulis miliki. Untuk itu demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik maupun saran yang sifatnya membangun bagi berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 01 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	8
BAB II KAJIAN TEORI	11
2.1 Niat Beli	11
2.1.1 Definisi Niat Beli	11
2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Niat Beli.....	12
2.1.3 Indikator Niat Beli	14
2.2 Kualitas Produk	16
2.2.1 Definisi Kualitas Produk.....	16
2.2.2 Indikator Kualitas Produk.....	17
2.3 Iklan.....	19
2.3.1 Definisi Iklan	19
2.3.2 Indikator Iklan.....	20
2.4 Kajian Penelitian yang Relevan	21
2.5 Hubungan antar Variabel	24
2.5.1 Hubungan Kualitas Produk terhadap Niat Beli.....	24
2.5.2 Hubungan Iklan terhadap Niat Beli	25
2.5.3 Hubungan Kualitas Produk dan Iklan terhadap Niat Beli.....	25

2.6 Kerangka Berpikir	26
2.7 Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Subjek dan Objek Penelitian	29
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.3.1 Populasi Penelitian.....	29
3.3.2 Sampel Penelitian	29
3.4 Definisi Variabel Operasional Penelitian.....	30
3.4.1 Jenis Variabel	30
3.4.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	31
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	32
3.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	33
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....	36
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.2 Analisis Linier Berganda	39
3.7 Uji Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Data	43
4.1.1 Gambaran Umum Responden.....	43
4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	48
4.2.1 Uji Normalitas.....	48
4.2.2 Uji Multikolinearitas.....	51
4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.4 Uji Hipotesis.....	57
4.4.1 Uji t (parsial).....	57
4.4.2 Uji F (simultan).....	59
4.5 Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Niat Beli	61

4.6.2 Pengaruh Iklan terhadap Niat Beli.....	63
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Niat Beli	65
4.7 Keterbatasan Penelitian	66
4.8 Implikasi	68
BAB V PENUTUP	70
5.1 Rangkuman.....	70
5.2 Simpulan.....	70
5.3 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Kahf.....	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator dan Skala Ukur.....	31
Tabel 3.2 Skala Likert.....	33
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil N=30.....	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil N=30.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov.....	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Glejser.....	54
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji t.....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	60
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi (R^2).....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Niat Beli.....	26
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	49
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 01. Kuisioner Penelitian.....	76
Lampiran 02. Tabulasi Data 30 Responden.....	80
Lampiran 03. Tabulasi Data 170 Responden.....	83
Lampiran 04. Output SPSS Uji Validitas dan Realibilitas Sampel Kecil.....	96
Lampiran 05. Karakteristik Responden.....	99
Lampiran 06. Output Uji Asumsi Klasik.....	100
Lampiran 07. Output SPSS Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	102
Lampiran 08. Output Uji Hipotesis.....	102
Lampiran 09. Output Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	103
Lampiran 10. Hasil Dokumentasi.....	103
Lampiran 11. Riwayat Hidup.....	105

