

**PENGARUH PROMOSI DAN BRAND LOYALTY *CLOTHING* BRAND *TSABIT*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KOTA BANJARMASIN**



NAMA : RIZALDY IKHWAN KOSASIH
NIM : 1710414610039

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2023



KEMENTERIAN PENDIDIKAN,
KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jl. Brigjend H.Hasan Basry Kayu Tangi Telp. (0511) 3304595 Banjarmasin (70123)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN BRAND LOYALTY CLOTHING BRAND TSABIT
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KOTA BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Rizaldy Ikhwan Kosasih


NIM : 1710414610039

B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai 79.23 (A-) dalam ujian mempertahankan skripsi Tingkat Sarjana (S1), Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat, pada 19 Desember 2023.

C. Tim Penguji:

a. Ketua

Dr. Siswanto S.Sos M.Si
NIP. 197610052008121002


(.....)

b. Sekretaris

Astinana Yulianti S.S. M.I.Kom
NIP. 198907302019032018


(.....)

c. Anggota

Putri Achmad Bayu Chandrabuwono S.I.Kom M.A
NIP. 19900108201707104001


(.....)


Mengetahui,
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP.197301221998021001

Banjarmasin, 5 Juni 2024
Ketua Pembimbing


Dr.Siswanto.,M.Si
NIP. 197610052008121002

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama: Rizaldy Ikhwan Kosasih

NIM: 1710414610039

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul "PENGARUH PROMOSI DAN BRAND LOYALTY CLOTHING BRAND TSABIT TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KOTA BANJARMASIN" adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor) baik di Universitas Lambung Mangkurat maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni merupakan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri, juga pembimbing serta masukan dari penguji.
3. Segala referensi yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini telah dicantumkan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan juga dicantumkan sumbernya pada daftar pustaka.
4. Apabila di kemudian hari dalam skripsi ini didapati unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di perguruan tinggi.

Banjarmasin, 24 Juni 2024



Rizaldy Ikhwan Kosasih



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen. H. Hasan Basry Banjarmasin 70123 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**SURAT KETERANGAN
KELAYAKAN SIDANG AKHIR SKRIPSI/TESIS**

Nomor : 813/UN8.1.13/SP/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indra Yuslianto, S.Pd
NIP : 198008032005011002
Pangkat/Gol : III/d/Pejabat Tk.I
Jabatan : Sub Koordinator Akademik FISIP ULM

Menerangkan bahwa :

Nama : Rizaldy Ikhwan Kosasih
NIM : 1710414610039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Dan Brand Loyalty Clothing Brand Tsabit Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Banjarmasin

Dengan ini menerangkan atas nama tersebut diatas sudah memenuhi syarat administrasi untuk melaksanakan sidang Skripsi/Tesis Semester Ganjil 2023/2024.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Banjarmasin, 6 Desember 2023
Sub Koordinator Akademik,



Indra Yuslianto, S.Pd.
NIP. 198008032005011002



KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat sehat-Nya, baik itu berupa sehat fisik maupun akal pikiran, sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan pembuatan skripsi dengan judul **PENGARUH PROMOSI DAN BRAND LOYALTY *CLOTHING* BRAND *TSABIT* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KOTA BANJARMASIN.**

Penulis tentu menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak terdapat kesalahan serta kekurangan di dalamnya. Untuk itu, penulis mengharapkan kritik serta saran dari pembaca untuk skripsi ini, supaya ini nantinya dapat menjadi skripsi yang lebih baik lagi. Kemudian apabila terdapat banyak kesalahan pada skripsi ini penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Dengan selesainya skripsi ini tidak terlepas dari banyak bantuan dan dukungan baik. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE.,M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat (ULM) Banjarmasin
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. Siswanto Rawali., S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan nasehat dengan baik serta sabar sebagai dosen pembimbing selama proses pembuatan skripsi ini.

5. Ibu Astinana Yuliarti, S.S., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II dalam proses pembuatan skripsi ini yang telah memberikan banyak saran yang baik agar skripsi ini dapat selesai dengan baik.
6. Ibu Atika S.IP, M. Si. selaku dosen penguji dalam proses pembuatan skripsi ini yang telah memberikan banyak saran yang membangun selama proses pembuatan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, yang telah membantu penulis mendapatkan informasi dan segala urusan kampus.
8. Serta banyak pihak lain yang telah membantu penulis yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu.

Atas segala bantuan dan bimbingan serta kerjasama yang baik yang telah diberikan selama melaksanakan skripsi, maka penulis ucapkan terimakasih dan hanya dapat memanjatkan do'a, semoga kebaikan tersebut dibalas dengan pahala yang berlipat ganda dan merupakan suatu amal kebaikan disisi Allah SWT. Demikian, semoga makalah ini dapat bermanfaat. Terima kasih.

Banjarmasin, 24 April 2023

Rizaldy Ikhwan Kosasih

ABSTRAK

Rizaldy Ikhwan Kosasih, 2023, Pengaruh Promosi dan Brand Loyalty Clothing Brand Tsabit Terhadap Minat Beli Konsumen di Kota Banjarmasin Dibimbing oleh Bapak Siswanto dan Ibu Astinana Yuliarti.

“*Tsabit*” merupakan salah satu *clothing* brand lokal asal Banjarmasin yang sudah ada sejak Juli 2019 di Kota Banjarmasin. penjualan Tsabit tiap tahun mengalami perubahan, fluktuasi naik turun pada 5 tahun terakhir yang mana cenderung terjadi penurunan.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara Promosi dan Brand Loyalty terhadap minat beli konsumen pada Clothing Brand Tsabit di Kota Banjarmasin.

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan tipe explanatory. Dengan subjek penelitian karakteristik minat pembelian produk Tsabit dan sampel yang diambil sebanyak 100 orang dengan teknik *purposive sampling*, data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli Produk Tsabit Worldwide di Banjarmasin dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Variabel Brand Loyalty berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Beli Produk Tsabit Worldwide di Banjarmasin dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Dan variabel Promosi dan Brand Loyalty berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Beli Produk Tsabit Worldwide di Banjarmasin dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Nilai *R Square* dengan nilai 0,739 adalah R kuadrat, yang menunjukkan bahwa variabel independen yang diambil dalam penelitian ini memiliki besar pengaruh dengan variabel dependen sebesar 73,9% sehingga selebihnya sebesar 26,1% adalah dipengaruhi variabel-variabel lain yang tidak dikemukakan dalam penelitian ini

Kata kunci : Promosi, *Brand Loyalty*, Minat beli, *Clothing Brand*

ABSTRACT

Rizaldy Ikhwan Kosasih, 2023, The Influence of Promotion and Brand Loyalty Clothing Brand Tsabit on Consumer Buying Interest in the City of Banjarmasin. Guided by Siswanto and Astinana Yuliarti.

"Tsabit" is a local clothing brand from Banjarmasin which has been around since July 2019 in Banjarmasin City. Tsabit's sales experience changes every year, fluctuating up and down in the last 5 years, which tends to decrease.

The aim of this research is to find out whether there is a partial or simultaneous influence between Promotion and Brand Loyalty on consumer buying interest in Tsabit Clothing Brand in Banjarmasin City.

This research approach is quantitative with an explanatory type. With the research subject being the characteristics of interest in purchasing Tsabit products and a sample taken of 100 people using a purposive sampling technique, data was collected using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression analysis.

The results of hypothesis testing show that the Promotion variable has a positive and partially significant effect on Interest in Buying Tsabit Worldwide Products in Banjarmasin with a sig value of $0.000 < 0.05$. The Brand Loyalty variable has a partially positive and significant effect on Interest in Buying Tsabit Worldwide Products in Banjarmasin with a sig value of $0.000 < 0.05$. And the Promotion and Brand Loyalty variables have a positive and significant effect simultaneously on Buying Interest in Tsabit Worldwide Products in Banjarmasin with a sig value of $0.000 < 0.05$. The R Square value with a value of 0.739 is R squared, which shows that the independent variable taken in this research has a large influence on the dependent variable of 73.9% so that the remaining 26.1% is influenced by other variables not stated in this research.

Keywords: Promotion, Brand Loyalty, Purchase Interest, Clothing Brand

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	1
ABSTRAK	3
ABSTRACT	4
DAFTAR ISI	5
BAB I.....	8
PENDAHULUAN	8
1.1. Latar Belakang Masalah.....	8
1.2. Rumusan Masalah.....	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Sejenis.....	9
2.2. Tinjauan Konseptual	42
2.2.1. Pengertian Komunikasi	42
2.2.2. Komunikasi Pemasaran	43
2.2.2.1. Definisi Komunikasi Pemasaran.....	43
2.2.2.2. Tujuan Komunikasi Pemasaran	44
2.2.2.3. Jenis-jenis Komunikasi Pemasaran.....	46
2.2.3. Bauran Pemasaran.....	47
2.2.4. Promosi.....	50
2.2.4.1. Pengertian Promosi	50
2.2.4.2. Indikator Promosi.....	54
2.2.4.3. Tujuan diadakan promosi	55
2.2.4.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi promotional mix.	57
2.2.5. Brand Loyalty	60
2.2.5.1. Pengertian Brand loyalty	60
2.2.5.2. Tahap-Tahap Brand Loyalty.....	61
2.2.5.3. Jenis-jenis Brand Loyalty	63
2.2.5.4. Indikator Brand Loyalty	63
2.3. Tinjauan Teori	66

2.3.1.	Theory of Reasoned Action (TRA)	66
2.3.2.	Theory of Planned Behavior (TPB)	68
2.4.	Kerangka Pemikiran	71
2.5.	Hipotesis Penelitian	72
BAB III		36
METODE PENELITIAN		36
3.1.	Pendekatan Penelitian	36
3.2.	Tipe Penelitian.....	36
3.3.	Objek Penelitian	36
3.4.	Populasi dan Sampel.....	37
3.5.	Jenis Sumber Data	39
3.6.	Teknik Pengumpulan Data	39
3.7.	Definisi Operasional	40
3.7.1.	Variabel Independen	40
3.7.2.	Variabel Independen	43
3.8.	Uji Validitas dan Realibilitas.....	45
3.8.1.	Uji Validitas.....	45
3.8.2.	Uji Reliabilitas	46
3.9.	Teknik Analisis Data.....	47
3.9.1.	Analisis Regresi Linier Berganda	47
3.9.2.	Analisis Statistik Deskriptif	47
3.9.3.	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.10.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	51
BAB IV		53
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN		53
4.1.	Gambaran Utama	53
4.2.	Hasil Penelitian.....	56
4.3.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	73
4.4.	Pengujian Hipotesis	77
4.5.	Interpretasi Hasil Penelitian	80
4.6.	Pembahasan Penelitian.....	81
4.7.	Implikasi Penelitian	85
4.8.	Keterbatasan Penelitian.....	87
BAB V		88

PENUTUP	88
5.1. Kesimpulan.....	88
5.2. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90