

**PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KAOS TRUELOFTY  
(Studi kasus pada Truelofty Store di Lumajang)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen



**Hendy Ramaditya  
NIM. 214121896**

**PROGRAM SARJANA STRATA I  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
WIDYAGAMA LUMAJANG  
2018**

**PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK KAOS TRUELOFTY  
(Studi kasus pada Truelofty Store di Lumajang)**

Hendy Ramaditya

STIE Widya Gama Lumajang

[hendyrama07@gmail.com](mailto:hendyrama07@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan citra merek terhadap minat beli produk kaos Truelofty di Lumajang. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan *assosiatif* yang bersifat kausal. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* yang diperoleh sebanyak 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk kaos Truelofty di Lumajang, secara parsial citra merek juga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk kaos Truelofty di Lumajang, dan begitu juga secara simultan harga dan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk kaos Truelofty di Lumajang. Fungsi regresi linier berganda yang dihasilkan adalah  $Y = 12,648 + 0,098X_1 + 0,176X_2 + e$ . Koefisien determinasi (*R square*) diperoleh sebesar 0,024 yang menunjukkan bahwa sebesar 2,4% minat beli dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga dan citra merek, sedangkan sisanya yaitu 97,6% minat beli dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci: Harga, Citra Merek, dan Minat Beli**

**THE EFFECT OF PRICES AND BRAND IMAGES AGAINST  
INTEREST BUY TRAELOFTY SHIRT PRODUCTS  
(Case study on Truelofty Store in Lumajang)**

Hendy Ramaditya

STIE Widya Gama Lumajang

[hendyrama07@gmail.com](mailto:hendyrama07@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of price and brand image on the interest in buying Truelofty T-shirt products in Lumajang. This research is a quantitative research by finding associative association which is causal. Data collection techniques used questionnaires while sampling technique using simple random sampling obtained by 30 respondents. The results showed that partially, the price did not significantly influence the buying interest of Truelofty T-shirt product in Lumajang, partially the brand image also had no significant effect on the buying interest of Truelofty T-shirt product in Lumajang, and simultaneously the price and brand image had no significant effect on the interest buy Truelofty T-shirt products in Lumajang. Multiple linear regression function is  $Y = 12,648 + 0,098X_1 + 0,176X_2 + e$ . The coefficient of determination (R square) obtained by 0,024 indicating that equal to 2,4% of buying interest can be explained by independent variable that is price and brand image, while the rest is 97,6% buying interest influenced by other variables not examined in research this.*

***Keywords: Price, Brand Image, and Buying Interest***