

**PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA  
TOKO ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**



Oleh :  
**Marief Ibrahim**

**170910203**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

**PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA  
TOKO ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat**

**memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :  
Marief Ibrahim**

**170910203**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2021**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Marief Ibrahim

NPM : 170910203

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Shopee”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 24 Juli 2021



**Marief Ibrahim**

**NPM. 170910203**

**PENGARUH IKLAN, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI PADA  
TOKO ONLINE SHOPEE**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh :  
Marief Ibrahim  
170910203**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 24 Juli 2021**



**Asron Saputra, S.E., M.Si**

**Pembimbing**



## ABSTRAK

Untuk membangun minat beli, organisasi dapat fokus pada beberapa hal yang mempengaruhi minat beli. Promosi, kualitas barang dan citra merek sangat mempengaruhi minat beli. Konfigurasi eksplorasi bersifat kuantitatif. Prosedur yang digunakan adalah persamaan Raopurba 100 responden. Informasi dikumpulkan menggunakan jajak pendapat menggunakan estimasi skala Likert. Teknik pemeriksaan informasi yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah engagement, legitimacy, dependability, multiplelinier relaps investigation, coefficient of assurance (R<sup>2</sup>), t, dan uji F. Kemudian, informasi tersebut disiapkan menggunakan SPSS form 24. Variabel t publikasi habis-habisan adalah  $4,516 > 1,984$  (Tabel t). Kualitas barang berpengaruh positif dan sangat besar terhadap minat beli, perhitungan lengkap faktor kualitas barang adalah  $2,094 > 1,984$  (Tabel t). Citra merek berpengaruh positif dan kritis terhadap minat beli, dimana estimasi lengkap faktor citra merek adalah  $3,531 > 1,984$  (Tabel t) Hasil F menunjukkan bahwa promosi, kualitas barang dan gambaran merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan besar terhadap minat beli, Berdasarkan hasil tes diperoleh nilai  $29,882 < f$  tabel 3,09 dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Iklan; Kualitas Produk; Citra Merek; Minat Beli.

## ***ABSTRACT***

*To build purchasing interest, organizations can focus on a few things that influence purchasing interest. Promoting, item quality and brand picture incredibly influence purchasing interest. The exploration configuration is quantitative. The procedure utilized is the Raopurba equation 100 respondents. Information was gathered utilizing a poll utilizing a Likert scale estimation. The information examination technique utilized in this exploration is engaging, legitimacy, dependability, multiplelinear relapse investigation, coefficient of assurance ( $R^2$ ),  $t$ , and  $F$  test. Then, at that point the information is prepared utilizing SPSS form 24. The all out  $t$  publicizing variable is  $4,516 > 1,984$  (Table  $t$ ). Item quality has positive and huge impact on purchasing interest, complete computation of item quality factors is  $2,094 > 1,984$  (Table  $t$ ). Brand picture has positive and critical impact on purchasing interest, where the complete estimation of brand picture factors is  $3,531 > 1,984$  (Table  $t$ ) The  $F$  results show that promoting, item quality and brand picture together have a positive and huge impact on purchasing interest, in light of the fact that the outcomes test acquired worth of  $29.882 < f$  table  $3.09$  and sig worth of  $0.000 < 0.05$*

***Keywords:*** Advertising; Product Quality; Brand Image; Buying Interest.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, peneliti menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T.,M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Asron Saputra, S.E., M.Si selaku Pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Tim Dosen Penguji dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Para responden yang telah berpartisipasi dan memberikan dukungan kepadapenulis.
7. Orang tua penulis, saudara kandung penulis dan seluruh keluarga besar yang telah member motivasi, perhatian, nasehat serta doa kepada penulis.
8. Semua teman-teman seperjuangan di Universitas Putera Batam angkatan 2017. Semoga Allah S.W.T. membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 24 Juli 2021

**Marief Ibrahim**





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latarbelakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah .....	9
1.4. Rumusan Masalah .....	9
1.5. Tujuan Penelitian .....	10
1.6. Manfaat Penelitian .....	10
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2. Manfaat Praktif .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>12</b>
2.1. Kajian Teori .....	12
2.1.1 Iklan.....	12
2.1.1.1. Pengertian Iklan .....	12
2.1.1.2. Keputusan Dalam Iklan .....	14
2.1.1.3. Tujuan Iklan .....	15
2.1.1.4. Syarat- Syarat Iklan .....	15
2.1.1.5. Jenis- Jenis Iklan .....	16
2.1.1.6. Indikator Iklan.....	17

2.1.2. KualitasProduk.....	18
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Produk .....	18
2.1.2.2. Tingkat-Tingkat Dalam Produk .....	20
2.1.2.3. Tujuan Kualitas Produk .....	20
2.1.2.3. Dimensi Kualitas Produk.....	21
2.1.2.4. Indikator Kualitas Produk.....	22
2.1.3. Citra Merek.....	22
2.1.3.1. Pengertian Citra Merek.....	22
2.1.3.2. Komponen Citra Merek .....	23
2.1.3.3. Fungsi Citra Merek.....	24
2.1.3.4. Indikator Citra Merek .....	25
2.1.4. MinatBeli .....	26
2.1.4.1. Penegertian Minat Beli .....	26
2.1.4.2. Aspek- Aspek Minat Beli .....	28
2.1.4.3. Jenis Dan Tingkatan Minat Beli.....	29
2.1.4.4. Tahapan Minat Beli .....	30
2.1.4.5. Indikator Minat Beli .....	31
2.2. Penelitian Terdahulu .....	31
2.3. Kerangka Pemikiran.....	33
2.3.1. Hubungan Iklan Terhadap Minat Beli.....	33
2.3.2. Hubungan KualitasProduk TerhadapMinat Beli.....	34
2.3.3. Hubungan CitraMerekTerhadapMinat Beli.....	35
2.4. Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	38
3.2. Sifat Penelitian.....	38
3.3. Lokasi Dan Priode Penelitian .....	39
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	39
3.3.2. Priode Penelitian .....	39
3.4. Populasi Dan Sampel .....	40
3.4.1. Populasi .....	40
3.4.2. Teknik Penentuan Besar Sampel .....	40
3.4.3. Teknik <i>Sampling</i> .....	41

3.5.Sumber Data .....	41
3.6.MetodePengumpulanData .....	43
3.7.Definisi OperasionalVariabelPenelitian .....	44
3.7.1.Variabel Independen ( <i>Independen Variable</i> ).....	44
3.7.2.VariabelDependen(Dependentvariable) .....	46
3.8.Metode Analisi Data .....	48
3.8.1.Analisis Deskriptif .....	48
3.8.2.UjiKualitasData.....	49
3.8.2.1.Uji Validitas Data.....	49
3.8.2.2.Uji Reliabilitas .....	50
3.8.3.UjiAsumsiKlasik .....	51
3.8.3.1.Uji Normalitas.....	51
3.8.3.2.Uji Multikolinearitas .....	51
3.8.3.3.Uji Heteroskedastisitas .....	52
3.8.4.UjiPengaruh .....	53
3.8.4.1.Analisis Regresi Linear Berganda.....	53
3.8.4.2.Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
3.9.UjiHipotesis .....	54
3.9.1. Uji t .....	54
3.9.2.UjiF .....	54
<b>BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	56
4.1.1. Sejarah Berdirinya Shopee .....	56
4.2.Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
4.2.1.Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
4.2.2.Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	58
4.2.3.Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
4.2.4.Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
4.2.5.Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	62
4.3. Deskripsi Jawab Responden .....	63
4.3.1. Hasil Sebaran Jawabanresponden Variabel Iklan (X1).....	64
4.3.2.Hasil Sebaran Jawabanresponden Variabel Kualitas Produk (X2).....	65
4.3.3. Hasil Sebaran Jawabanresponden Variabel Citra Merek (X3).....	67

4.3.4. Hasil Sebaran Jawaban responden Variabel Minat Beli (Y) .....	68
4.4. Analisis Data .....	70
4.4.1 Uji Instrumen .....	70
4.4.1.1. Hasil Uji Validitas .....	70
4.4.1.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	73
4.4.2. Analisis Statistik .....	74
4.4.2.1. Hasil Uji Normalitas .....	74
4.4.2.2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	76
4.4.2.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	77
4.4.2.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	78
4.4.2.5. Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	79
4.5. Pengujian Hipotesis .....	80
4.5.1. Hasil Uji t .....	80
4.5.2. Hasil Uji F .....	81
4.6. Pembahasan .....	82
4.6.1. Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli .....	82
4.6.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	83
4.6.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli .....	83
4.6.4. Pengaruh Iklan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli ...	84
4.7. Implikasi Hasil Penelitian .....	84
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>86</b>
5.1 Simpulan .....	86
5.2 Saran .....	87
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Jumlah pengunjung situs Shopee per-Kuartal .....	6
<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka Pemikiran.....	36
<b>Gambar 4. 2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
<b>Gambar 4. 3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	59
<b>Gambar 4. 4</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	60
<b>Gambar 4. 5</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	61
<b>Gambar 4. 6</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan .....	63
<b>Gambar 4. 6</b> Histogram Regression Residual .....	74
<b>Gambar 4. 7</b> P-plot Regression .....	75

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Data situs <i>e-commerce</i> dengan pengunjung dan pembelian bulanan (kuartal III 2020).....	7
<b>Tabel 2.1</b> Tabel Penelitian Terdahulu .....	32
<b>Tabel 3.1</b> Priode Penelitian.....	39
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert .....	44
<b>Tabel 3. 1</b> Definisi Operasional Variabel .....	47
<b>Tabel 4. 1</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	58
<b>Tabel 4. 2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	59
<b>Tabel 4. 3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	60
<b>Tabel 4. 4</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
<b>Tabel 4. 5</b> Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
<b>Tabel 4. 6</b> Distribusi Tanggapan Kuesioner Variabel Iklan (X1) .....	64
<b>Tabel 4. 7</b> Distribusi Tanggapan Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X2).....	66
<b>Tabel 4. 8</b> Distribusi Tanggapan Kuesioner Variabel Citra Merek (X3) .....	67
<b>Tabel 4. 9</b> Distribusi Tanggapan Kuesioner Minat Beli (Y) .....	68
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Validitas Iklan .....	70
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....	71
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	72
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Validitas Minat Beli .....	72
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	73
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....	76
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	77
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji Glejser .....	77
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	78
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	80
<b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji t .....	80
<b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji F .....	82

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Rentang Skal .....	49
<b>Rumus 3.1</b> Pearson Product Moment.....	50
<b>Rumus 3.4</b> Regresi Linear Berganda .....	53
<b>Rumus 3.2</b> Spearman Brown .....	54
<b>Rumus 3.5</b> Uji t.....	54
<b>Rumus 3.6</b> Uji F.....	55



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Tabulasi Data
- Lampiran 3 Hasil Uji
- Lampiran 4 Daftar Tabel
- Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 6 Surat Penelitian