

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Sonia Hermina Siregar
180910329**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Sonia Hermina Siregar
180910329**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Sonia Hermina Siregar
NPM : 180910329
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

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

Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Konsumen E-commerce Tokopedia Di Kota Batam

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip di dalam 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, 18 Januari 2022



Sonia Hermina Siregar

180910329

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN E-COMMERCE TOKOPEDIA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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

**oleh
Sonia Hermina Siregar
180910329**

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

Batam, 18 Januari 2022



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

Pembimbing



ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi saat ini telah mendorong lahirnya paradigma ekonomi baru yang akhirnya terbentuklah dunia maya di dunia perdagangan yang sering disebut e-commerce. Yang telah disepakati oleh penjual dan pembeli, penjual harus memberi tahu harga produk yang dibeli yang menentukan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya. Analisis data dan konsultan digital, IlmuOne Data, merilis studi tentang posisi dan pertumbuhan ekonomi e-commerce di Indonesia selama paruh pertama tahun 2018 dan mengungkapkan 10 toko online terbaik di Indonesia terdiri dari e-commerce dan pasar . tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas , promosi, dan kepercayaan produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen e-commerce Tokopedia di Kota Batam. metode yg di gunakan adalah metode kuantitatif. adapun sumber data yang di gunakan adalah data primer dan data sekunder. data akan di analisis dengan metode deskriptif. landasan teori yg di gunakan adalah teori mengetahui kualitas , promosi, dan kepercayaan produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen e-commerce. dengan menggunakan uji Instrumen, realibilitas, klasik, dan Multikolinearitas. berdasarkan analisa data yang di lakukan, di peroleh kesimpulan bahwa melalui analisis regresi linear berganda dan didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk dan minat beli konsumen toko online Tokopedia di kota Batam secara signifikan dapat mempengaruhi minat beli masyarakat kota Batam terhadap minat beli konsumen toko online Tokopedia di kota Batam.

Kata kunci: Kualitas produk, Promosi, Kepercayaan, dan Minat Beli.

ABSTRACT

The development of information technology today has encouraged the birth of a new economic paradigm which eventually formed a virtual world in the world of commerce which is often called e-commerce. which has been agreed upon by the seller and the buyer. the seller must tell the price of the product purchased which determines a level of profit in addition. Data analysis and digital consultant, SainsOne Data, released a study on the position and growth of the e-commerce economy in Indonesia during the first half of 2018 and revealed that the 10 best online stores in Indonesia consist of e-commerce and marketplaces. The purpose of this study was to determine the quality, promotion, and product trust have a simultaneous effect on the buying interest of Tokopedia e-commerce consumers in Batam City. The method used is a quantitative method. the data sources used are primary data and secondary data. The data will be analyzed by descriptive method. The theoretical basis used is the theory of knowing that product quality, promotion, and trust have a simultaneous effect on consumer buying interest in e-commerce. by using the instrument test, reliability, classic, and multicollinearity. based on the data analysis carried out, it was concluded that through multiple linear regression analysis and the results obtained that there was an influence between product quality and consumer buying interest in the Tokpedia online store in Batam city, it could significantly affect the buying interest of the people of Batam city on the buying interest of online shop consumers. Tokopedia in the city of Batam.

Keywords: Product quality, Promotion, trust, and Buying interest.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panajatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Progam Studi Manajemen di Universitas Putera Batam.

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

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku PLT Dekan Fakultas Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat untuk saya;
7. Teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta bantuan selama penyusunan tugas akhir ini. Semoga Tuhan Yang Maha Kuasa membalas kebaikan dan selalu memberikan keberkahan serta mencurhakan nikmat-Nya. Amin.

Batam, 18 Januari 2022

Sonia Hermina Siregar



DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.6.1. Manfaat Teoritis	12
1.6.2 Manfaat Praktisi.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1. Kualitas Produk	14
2.1.1.1. Pengertian Kualitas Produk	14
2.1.1.2 Indikator Kualitas Produk	15
2.1.1.3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk	15
2.1.1.4 Dimensi kualitas produk.....	16
2.1.1.5 Manfaat Kualitas Produk.....	17
2.1.2 Promosi.....	17
2.1.2.1 Pengertian Promosi	17
2.1.2.2 Indikator Promosi.....	18
2.1.2.3 Alat-alat dalam promosi	18
2.1.2.4 Tujuan promosi.....	19
2.1.2.5 Bauran Promosi	20
2.1.3 Kepercayaan.....	21
2.1.3.2 Indikator Kepercayaan.....	22
2.1.3.3 Faktor-faktor mempengaruhi Kepercayaan	22
2.1.3.4 Dimensi Kepercayaan.....	23
2.1.4. Minat Beli.....	23
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli	23
2.1.4.2 Indikator Minat Beli.....	25
2.1.4.3 Tahap-Tahap Minat Beli	25
2.1.4.4 Faktor Minat Beli	26
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
Analisis Regresi linier berganda.....	28

2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.3.1. Hubungan Kualitas Produk terhadap Minat Beli	29
2.3.2. Hubungan Promosi terhadap Minat Beli	29
2.3.3 Hubungan Kepercayaan terhadap Minat Beli	30
2.4 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian	32
3.2 Sifat Penelitian	32
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	33
3.3.1 Lokasi Penelitian	33
3.3.2 Periode Penelitian.....	33
3.4 Populasi dan Sampel	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	34
3.4.3. Teknik Sampling	35
3.5 Sumber Data	36
3.6 Metode Pengumpulan Data	37
3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	38
3.8 Metode Analisis Data.....	39
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.8.2 Uji Kualitas Data	39
3.8.2.1 Uji Validitas Data.....	39
3.8.2.2 Uji Reabilitas	40
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	41
3.8.3.1. Uji Normalitas	41
3.8.3.2. Uji Multikolinearitas.....	42
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	42
3.9 Uji Hipotesis.....	42
3.9.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	42
3.9.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	43
3.9.3 Uji T	43
3.9.4 Uji F.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Berdirinya Tokopedia	45
4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.2.1.Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2.2.Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
4.2.3.Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan	51
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	52
4.3.1. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1).....	53
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Promosi (X2).....	55
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X3)	56

4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y).....	57
4.4. Analisis Data	58
4.4.1 Uji Instrumen	58
4.4.1.1. Hasil Uji Validitas.....	58
4.4.1.2.Hasil Uji Reliabilitas.....	61
4.4.2. Uji Asumsi Klasik	62
4.4.2.1.Hasil Uji Normalitas	62
4.5.2 Hasil Uji F	71
4.6 Pembahasan	72
4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	72
4.6.2 Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli	73
4.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli	73
4.6.4 Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli...	74
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	74
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79
1. Pendukung Penelitian Lampiran.....	53
2. Daftar Riwayat Hidup Lampiran.....	58
3. Surat Keterangan Penelitian.....	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	48
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna	52
Gambar 4.6 Histogram Regression Residual.....	63
Gambar 4.7 Histogram Regression Residual.....	63

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data pengguna internet dan media sosial di indonesia 2019.....	1
Tabel 1.2 Data Perilaku Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	2
Tabel 1.3 Data Jumlah pengunjung situs Tokopedia Per-kuartal tahun 2019-2020.....	6
Tabel 1.4 Mini Survey Hasil Penelitian	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	50
Tabel 4.5 Karakteristik responden Berdasarkan Lama Penggunaan	51
Tabel 4.6 Distribusi jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1).....	53
Tabel 4.7 Distribusi jawaban Responden Variabel Promosi (X2)	55
Tabel 4.8 Distribusi jawaban Responden Variable Kepercayaan (X3).....	56
Tabel 4.9 Distribusi jawaban Responden Variable Minat Beli (Y).....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	65
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4.16 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	69
Tabel 4.17 Hasil Uji t	69
Tabel 4.18 Hasil Uji F	71

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Rao.....	35
Rumus 3.2 Uji Validitas.....	40
Rumus 3.3 <i>Cronbach's Alpha</i>	40
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda.....	43
Rumus 3.5 Uji t.....	44