

**PENGARUH DESAIN PRODUK,
KREATIVITAS IKLAN DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Vera Novita
190910204**

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

**PENGARUH DESAIN PRODUK,
KREATIVITAS IKLAN DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat

Memperoleh gelar sarjana



**Oleh
Vera Novita
190910204**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Vera Novita
NPM : 190910204
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH DESAIN PRODUK, KREATIVITAS IKLAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM

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, 26 Januari 2022



Vera Novita

190910204

**PENGARUH DESAIN PRODUK,
KREATIVITAS IKLAN DAN *WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM**

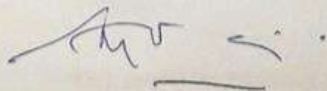
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Vera Novita
190910204

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini

Batam, 26 Januari 2022



Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing



ABSTRAK

Era teknologi dan jaringan kini mempunyai ruang yang sangat luas dan tidak terbatas, melalui teknologi seluruh masyarakat bisa berbisnis apa saja dan berbelanja *online* melalui *e-commerce* menjadi fleksibel. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah desain produk, kreativitas iklan dan *word of mouth* mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan data primer untuk membuktikan hipotesis. Pengumpulan data menggunakan pengisian kuesioner yang di sebarakan. Populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat Kota Batam dengan jumlah sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis kuantitatif dan menggunakan uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis diolah menggunakan software SPSS 26.0. Hasil penelitian untuk uji t ialah variabel desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Kota Batam, sedangkan untuk variabel kreativitas iklan dan *word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Kota Batam. Hasil penelitian untuk uji f menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel desain produk, kreativitas iklan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* Shopee di Kota Batam.

Kata Kunci: Desain Produk; Kreativitas Iklan; Keputusan Pembelian; *Word of Mouth*

ABSTRACT

The Era of technology and networks now has a very wide and unlimited space, through technology the whole community can do business with anything, and shopping online through e-commerce becomes flexible. This study aims to determine whether the product design, advertising creativity, and word of mouth influence purchasing decisions. This study uses primary data to prove the hypothesis—data collection using questionnaires that are distributed. The population in this study is the people of Batam city with a sample of 100 respondents. The method of data analysis used in this study is the quantitative analysis uses descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests processed using SPSS 26.0 software. The results of the study for the T-test are the variable product design does not affect the purchase decision of e-commerce Shopee in Batam city. In contrast, the variable creativity and word of mouth affect the purchase decision on e-commerce Shopee in Batam city. The results of the study for the f test showed that there is an influence between the variables of product design, advertising creativity, and word of mouth on the purchase decision of e-commerce Shopee in Batam city.

Keywords: *Advertising Creativity; Word of Mouth; Product Design; Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Pujisyukur 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 strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen 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 skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

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 Dekan 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 Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Teman-teman se-angkatan penulis yang telah membantu dan selalu menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 25 September 2022

Vera Novita



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Teori Dasar	12
2.1.1 Desain Produk	12
2.1.2 Kreativitas Iklan	13
2.1.3 <i>Word of Mouth</i>	14
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	15
2.2 Peneliti Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	18
2.3.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.3.2 Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
2.3.3 Pengaruh <i>Word of Mouth</i> Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.4 Hipotesis	20
BAB III METODELOGI PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22

3.2 Sifat Penelitian	23
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	23
3.3.1 Lokasi Penelitian	23
3.3.2 Periode Penelitian	23
3.4 Populasi dan Sampel	24
3.4.1 Populasi	24
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	24
3.4.3 Teknik Sampling	25
3.5 Sumber Data	26
3.6 Metode Pengumpulan Data	26
3.7 Defini Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.8 Metode Analisi Data.....	27
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	28
3.8.2 Uji Kualitas Data	29
3.8.2.1 Uji Validitas	29
3.8.2.2 Uji Reabilitas	29
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.8.4 Uji Pengaruh	31
3.8.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	32
3.9 Uji Hipotesis	32
3.9.1 Uji t	32
3.9.2 Uji F	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	36
4.2.1 Data Persentase Jenis Kelamin Responden.....	36
4.2.2 Data Persentase Usia Responden	36
4.2.3 Data Persentase Pendidikan Terakhir Responden	37
4.2.4 Data Persentase Pendapatan Responden	37
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	38
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Desain Produk	38
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kreativitas Iklan	39
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai <i>Word of Mouth</i>	40
4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian.....	41

4.4 Analisis Data	42
4.4.1 Hasil Analisis Deskriptif	42
4.4.2 Hasil Uji Kualitas Data	43
4.4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	45
4.4.4 Hasil Uji Pengaruh	47
4.5 Hasil Uji Hipotesis	50
4.5.1 Hasil Uji T (Parsial)	50
4.5.2 Hasil Uji F (Simultan)	50
4.6 Pembahasan	51
4.6.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	51
4.6.2 Pengaruh Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.6.3 Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	52
4.6.4 Pengaruh Desain Produk, Kreativitas Iklan dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian	53
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung Website Shopee Tahun 2022.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	19
Gambar 4.1 <i>Normal P – Plot</i>	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengunjung Website Shopee Tahun 2021	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 2.2 Lanjutan.....	18
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	23
Tabel 3.2 Skala Likert	27
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan	37
Tabel 4.5 Hasil Deskriptif Variabel X1.....	38
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel X2.....	39
Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Variabel X3.....	40
Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel Y.....	41
Tabel 4.9 Lanjutan.....	42
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel X ₁ , X ₂ , X ₃ , Y	42
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Desain Produk (X ₁)	43
Tabel 4.12 Lanjutan.....	44
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.14 Uji One Sample Kolmogorov Smirnov	45
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4.16 Uji Heteroskedastisitas	47
Tabel 4.17 Uji Regresi Linear Berganda.....	47
Tabel 4.18 Uji Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.19 Uji T	50
Tabel 4.20 Uji F.....	51

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow.....	24
Rumus 3.2 Rentang Skala	28
Rumus 3.3 Rumus Alpha	29
Rumus 3.4 Regresi Linier Berganda	31
Rumus 3.5 Koefisien Determinasi	32