

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN BUKALAPAK DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

Ayu Gita Oktaviani

190910241

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN BUKALAPAK DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

Ayu Gita Oktaviani

190910241

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Ayu Gita Oktaviani

Npm : 190910241

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" ini saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS, KEPERCAYAAN DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BUKALAPAK 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 saya yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka. Jika nyatanya didalam 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 sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 22 Agustus 2023



Ayu Gita Oktaviani
190910241

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPERCAYAAN
DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN BUKALAPAK DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

Oleh:

Ayu Gita Oktaviani

190910241

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

Batam, 22 Agustus 2023



David Humala Sitorus, S.E., M.M.

Pembimbing



ABSTRAK

Bukalapak merupakan salah satu situs e-commerce di Indonesia serta merupakan salah satu model bisnis marketplace online. Layanan Bukalapak dari pertama kemunculannya dapat di gunakan secara gratis lewat aplikasi di tahun 2010. Namun saat ini semakin banyaknya aplikasi yang serupa membuat Bukalapak kian redup dari pandangan akibat para kompetitornya dan pengunjung Bukalapak kian menurun. Angka kunjungan pada aplikasi yang tiap tahunnya berkurang membuat Bukalapak kian meredup dari dunia e-commerce di Indonesia, dari angka 116 juta dalam kurun waktu 5 tahun turun menjadi 17,1 juta yang artinya Bukalapak telah kehilangan pengunjung sebanyak 98,9 juta. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kepercayaan dan promosi terhadap minat beli konsumen Bukalapak di kota Batam. Metode penelitian yang digunakan yaitu Kuantitatif. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif secara parsial terhadap minat beli, variabel kepercayaan berpengaruh positif secara parsial terhadap minat beli dan variabel promosi berpengaruh positif secara parsial terhadap minat beli.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan, Promosi, Minat Beli

ABSTRACT

Bukalapak is an e-commerce site in Indonesia and is an online marketplace business model. The Bukalapak service, from its first appearance, could be used free of charge through an application in 2010. However, nowadays the increasing number of similar applications has made Bukalapak increasingly dim from view due to its competitors and Bukalapak's visitors decreasing. The number of visits to the application, which decreases every year, has made Bukalapak increasingly faded from the world of e-commerce in Indonesia, from 116 million in the past 5 years, it has fallen to 17.1 million, which means that Bukalapak has lost 98.9 million visitors. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, trust and promotion on the buying interest of Bukalapak consumers in the city of Batam. The research method used is Quantitative. From the results of the study it can be concluded that the product quality variable has a partial positive effect on purchase intention, the trust variable has a partial positive effect on purchase intention and the promotion variable has a partial positive effect on purchase intention.

Keywords: *Product Quality, Trust, Promotion, Purchase Interest.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur pada Allah SWT, yang sudah memberikan karunia dan rahmatnya, sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan syarat guna merampungkan S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISHUM) prodi Manajemen Universitas Putera Batam (UPB) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kota Batam".

Penulis memahami skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, saran dan kritik akan selalu diterima dengan senang hati oleh penulis. Adanya berbagai keterbatasan, penulis mengetahui skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa dorongan, bimbingan, serta bantuan dari semua pihak. Dengan demikian, penulis mengucapkan terima kasih pada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor UPB;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. selaku Dekan FISHUM;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Prodi Manajemen;
4. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi Prodi Manajemen;
5. Bapak Dr. Suhardi, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik;
6. Seluruh dosen Prodi Manajemen yang sudah berjasa memberikan ilmu dalam penyelesaian kuliah ini;
7. Orang tua saya ibu Sri Andarwati dan Bapak Sutopo yang selalu mendorong, mengingatkan, dan mendukung penulis menyelesaikan studi;
8. Suami saya Yana Firdaus terimakasih telah kebersamai serta selalu memberikan support di setiap harinya yang tidak mudah dalam proses pengerjaan tugas akhir. Terimakasih telah menjadi patner dalam perjalanan saya kali ini;
9. Teman seperjuangan saya yang telah memberikan dukungan dan masukan selama penyusunan skripsi ini;
10. Para responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam tugas akhir ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik Nya, Aamiin.

Batam, 25 Juli 2023

Ayu Gita Oktaviani

190910241



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	1
HALAMAN JUDUL	2
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I 1	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
1.6.1 Manfaat Teroritis	8
1.6.2 Manfaat Praktis	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Kualitas Produk.....	9
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	9
2.1.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	10
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	11
2.1.2 Kepercayaan.....	12
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan.....	12
2.1.2.2 Jenis-jenis Kepercayaan.....	14
2.1.2.3 Indikator Kepercayaan	14

2.1.3	Promosi	16
2.1.3.1	Pengertian Promosi	16
2.1.3.2	Tujuan Promosi	17
2.1.3.3	Indikator Promosi.....	19
2.1.4	Minat Beli Konsumen	19
2.1.4.1	Pengertian Minat Beli Konsumen	19
2.1.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.....	21
2.1.4.3	Indikator Minat Beli Konsumen	22
2.2	Penelitian terdahulu	23
2.3	Kerangka Pemikiran.....	26
2.4	Hipotesis	27
BAB III.....		28
METODELOGI PENELITIAN.....		28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Sifat Penelitian	28
3.3	Lokasi dan Periode Peneitian	29
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	29
3.3.2	Periode Penelitian	29
3.4	Populasi dan Sampel	30
3.4.1	Populasi.....	30
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	30
3.4.3	Teknik Sampling.....	31
3.5	Sumber Data.....	31
3.6	Metode Pengumpulan Data	32
3.6.1	Teknik Pengumpulan data.....	32
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.8	Metode Analisis Data.....	36
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	36
3.9	Uji Hipotesis	43
3.9.1	Uji Regresi Parsial (Uji T)	43
3.9.2	Uji Simultan (Uji F)	44
BAB IV		45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	45

4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	48
4.4	Analisis Data.....	53
4.5	Pengujian Hipotesis	62
4.6	Pembahasan.....	65
4.7	Implikasi Penelitian	66
BAB V		68
SIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Simpulan	68
5.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....		70

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pendukung Penelitian

Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3. Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengunjung E-Commerce di Indonesia (Desember 2022-Februari 2023).....	2
Gambar 1. 2 Ulasan Konsumen Bukalapak.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	46
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram	56
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot Regression Standardized.....	56
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Peringkat Situs Web 2023	2
Tabel 1. 2 Jumlah Pengunjung Bukalapak Setiap Tahunnya	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....	29
Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i>	33
Tabel 3. 3 Variabel Operasi.....	35
Tabel 3. 4 Rentang Skala.....	38
Tabel 4. 1 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 2 Profil Responden Menurut Usia.....	47
Tabel 4. 3 Profil Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4. 4 Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk	49
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Kepercayaan	50
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Promosi.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner Minat Beli.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Kolmogorov –Smirnov	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolonieritas.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>t</i>	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>F</i>	64

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rumus Lameshow	30
Rumus 3. 2 Rentang Skala	37
Rumus 3. 3 Rumus Uji Validitas	38
Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda	41