

**PENGARUH KEAMANAN, DISPLAY PRODUK, DAN  
NILAI PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PADA  
PT MATAHARI DEPARTEMEN STORE TBK**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**Melisa Widiastuti**

**190910333**

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

**PENGARUH KEAMANAN, DISPLAY PRODUK, DAN  
NILAI PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PADA  
PT MATAHARI DEPARTEMEN STORE TBK**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**Melisa Widiastuti**

**190910333**

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

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Melisa Widiastuti  
NPM : 190910333  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

***PENGARUH KEAMANAN, DISPLAY PRODUK, DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PADA PT MATAHARI DEPARTEMEN STORE TBK***

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, 21 Juli 2023



**Melisa Widiastuti**  
190910333

**PENGARUH KEAMANAN, DISPLAY PRODUK DAN  
NILAI PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI PADA  
PT MATAHARI DEPARTEMEN STORE TBK**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:  
Melisa Widiastuti  
190910333**

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

**Batam, 22 Agustus 2023**



**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.**

**Pembimbing**



---

**Universitas Putera Batam**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, display produk dan nilai pelanggan terhadap minat beli pada PT Matahari Departement Store TBK. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner melalui google form. Populasi penelitian sebanyak 100 pelanggan pada PT Matahari Departement Store TBK. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Non probability sampling yaitu teknik purposive sampling. Data pada penelitian ini dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis menggunakan program SPSS versi 25. Temuan penelitian yaitu keamanan berpengaruh positif dan secara parsial terhadap minat beli dengan  $t$  hitung  $3.261 > t$  tabel  $1,98498$  serta nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Lalu display produk berpengaruh positif dan secara parsial terhadap minat beli dengan  $t$  hitung  $2.372 > t$  tabel  $1,98498$  serta nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Serta nilai pelanggan berpengaruh positif dan secara parsial terhadap minat beli dengan  $t$  hitung  $4.698 > t$  tabel  $1,98498$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Lalu variabel keamanan, display produk dan nilai pelanggan mempunyai pengaruh secara signifikan dan simultan terhadap minat beli pada PT Matahari Departement Store TBK dengan nilai  $f$  hitung  $59.227 > f$  tabel  $2,47$  serta nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Keamanan; Display Produk; Nilai Pelanggan; Minat Beli.

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of security, product display and customer value on purchase intention at PT Matahari Department Store TBK. Data was collected by distributing questionnaires via Google from. The research population is 100 customers at PT Matahari Department Store TBK. The technique used in this study is a non-probability sampling technique, namely purposive sampling technique. The data in this study were collected by questionnaire and analyzed using the SPSS version 25 program. The findings of the study were that security has a positive and partial effect on purchase intention with  $t$  count  $3.261 > t$  table  $1.98498$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Then product display has a positive and partial effect on purchase intention with  $t$  count  $2.372 > t$  table  $1.98498$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . And customer value has a positive and partial effect on purchase intention with  $t$  count  $4.698 > t$  table  $1.98498$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Then the variables of security, product display and customer value have a significant and simultaneous influence on buying interest at PT Matahari Department Store TBK with an  $f$  count of  $59,227 > f$  table of  $2.47$  and a significance value of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Security; Product Displays; Customer Value; Purchase Interest.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan YME 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 Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi;
5. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku pembimbing akademik penulis pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
6. Kedua orang tua saya, beserta saudara tercinta yang selalu memberikan semangat dan motivasi;
7. Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan serta bimbingan kepada penulis;
8. Kepada Bapak Muhammad Yansah selaku Supervisor pada PT Matahari Departement Store TBK Mega Mall yang telah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian pada perusahaan yang Bapak pimpin;
9. Seluruh teman-teman penulis yang telah banyak memberi semangat dan masukan kepada penulis;

Semoga Tuhan YME membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 21 Juli 2023



Melisa Widiastuti  
190910333





---

**Universitas Putera Batam**

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Batasan Masalah .....	6
1.4. Rumusan Masalah .....	6
1.5. Tujuan Penelitian .....	7
1.6. Manfaat Penelitian .....	7
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	7
1.6.2. Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1. Teori Dasar .....	9
2.1.1. Keamanan .....	9
2.1.1.1. Definisi Keamanan .....	9
2.1.1.2. Indikator Keamanan .....	10
2.1.2. Display Produk .....	11
2.1.2.1. Definisi Display Produk .....	11
2.1.2.2. Penataan Display Produk .....	12
2.1.2.3. Indikator Display Produk .....	13
2.1.3. Nilai Pelanggan .....	14
2.1.3.1. Definisi Nilai Pelanggan .....	14
2.1.3.2. Aspek Nilai Pelanggan .....	15
2.1.3.3. Indikator Nilai Pelanggan .....	15
2.1.4. Minat Beli .....	16
2.1.4.1. Definisi Minat Beli .....	16
2.1.4.2. Faktor-faktor Minat Beli .....	18
2.1.4.3. Indikator Minat Beli .....	18

2.2. Penelitian Terdahulu .....	19
2.3. Kerangka Pemikiran.....	22
2.3.1. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Beli .....	22
2.3.2. Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli .....	22
2.3.3. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli.....	23
2.3.4. Pengaruh Keamanan, Display Produk dan Nilai Pelanggan Terhadap .....	23
2.4. Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.2. Sifat Penelitian .....	25
3.3. Lokasi dan Periode Penelitian.....	26
3.3.1. Lokasi Penelitian.....	26
3.3.2. Periode Penelitian.....	26
3.4. Populasi dan Sampel .....	27
3.4.1. Populasi .....	27
3.4.2. Sampel.....	27
3.4.2.1. Teknik Penentuan Besar Sampel.....	27
3.4.3. Teknik Sampling .....	28
3.4. Sumber Data.....	28
3.5. Metode Pengumpulan Data .....	29
3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
3.6.1. Variabel Independen .....	30
3.6.2. Variabel Dependen.....	30
3.7. Metode Analisis Data.....	31
3.7.1. Analisis Deskriptif .....	31
3.7.2. Uji Kualitas Data.....	32
3.7.2.1. Uji Validitas Data.....	32
3.7.2.2. Uji Reliabilitas Data.....	33
3.7.3. Uji Asumsi Klasik .....	33
3.7.3.1. Uji Normalitas .....	33
3.7.3.2. Uji Multikolonieritas .....	34
3.7.3.3. Uji Heterokedastisitas .....	34
3.7.4. Uji Pengaruh.....	35
3.7.4.1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
3.7.4.2. Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	35
3.8. Uji Hipotesis.....	36
3.8.1. Uji t (Uji Parsial).....	36
3.9.2. Uji f (Uji Simultan) .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
4.1.1. Profil Perusahaan .....	37
4.1.2. Logo Perusahaan .....	38

4.2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
4.2.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
4.2.2. Profil Responden Menurut Usia.....	39
4.2.3. Profil Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	40
4.3. Deskripsi Jawaban Responden.....	40
4.3.1. Deskripsi Variabel Keamanan( $X_1$ ).....	40
4.3.2. Variabel Display Produk( $X_2$ ).....	42
4.3.3. Variabel Nilai Pelanggan( $X_3$ ) .....	43
4.3.4. Variabel Minat Beli (Y) .....	44
4.4. Analisis Data .....	46
4.4.1. Hasil Uji Kualitas Data .....	46
4.4.1.1. Hasil Uji Validitas Data .....	46
4.4.1.2. Hasil Uji Reabilitas Data.....	47
4.4.2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.4.2.1. Hasil Uji Normalitas .....	47
4.4.2.2. Hasil Uji Multikolonieritas .....	49
4.4.2.3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	50
4.4.3. Hasil Uji Pengaruh .....	51
4.4.3.1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
4.4.3.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	53
4.5. Pengujian Hipotesis.....	54
4.5.1. Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	54
4.5.2. Hasil Uji Simultan (Uji F).....	55
4.6. Pembahasan.....	56
4.6.1. Pengaruh Keamanan terhadap Minat Beli.....	56
4.6.2. Pengaruh Display Produk terhadap Minat Beli.....	57
4.6.3. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Minat Beli .....	57
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
5.1. Simpulan .....	58
5.2. Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 1.1</b> Daftar Perusahaan Ritel dengan Jumlah Konsumen Paling Tinggi....	4
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Konseptual.....	24
<b>Gambar 4.1</b> Logo Perusahaan.....	38
<b>Gambar 4.2</b> Hasil Uji Normalitas Histogram .....	48
<b>Gambar 4.3</b> Hasil Uji Normalitas Normal P-P Plot Regression Standardized.....	48
<b>Gambar 4.4</b> Hasil Uji Heroskedastisitas.....	51

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	26
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert .....	29
<b>Tabel 3.3</b> Operasional Variabel.....	30
<b>Tabel 3.4</b> Rentang Skala.....	32
<b>Tabel 4.1</b> Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	38
<b>Tabel 4.2</b> Profil Responden Menurut Usia.....	39
<b>Tabel 4.3</b> Profil Responden Menurut Pendidikan Terakhir .....	40
<b>Tabel 4.4</b> Hasil Kuesioner Variabel Keamanan .....	41
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Kuesioner Display Produk .....	42
<b>Table 4.6</b> Hasil Kuesioner Nilai Pelanggan .....	43
<b>Table 4.7</b> Hasil Kuesioner Minat Beli.....	44
<b>Table 4.8</b> Hasil Uji Validitas .....	46
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Reabilitas .....	47
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Kolmogorov –Smirnov .....	49
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Multikolonieritas.....	50
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	53
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji t .....	54
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji F .....	56

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3.1</b> Unknown Populations .....	27
<b>Rumus 3.3</b> Uji Validitas .....	32
<b>Rumus 3.4</b> Uji Reliabilitas .....	33
<b>Rumus 3.5</b> Uji Normalitas.....	34
<b>Rumus 3.6</b> Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
<b>Rumus 3.7</b> Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	35