

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA
E-COMMERCE BLIBLI DI BATAM**

SKRIPSI



Oleh :
Tom Berry Eduart Sidabutar
180910405

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA
E-COMMERCE BLIBLI DI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**



**Oleh:
Tom Berry Eduart Sidabutar
180910405**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Tom Berry Eduart Sidabutar
NPM : 180910405
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA E-COMMERCE BLIBLI DI 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 didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan Skripsi 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, 25 Juli 2023



Tom Berry Eduart Sidabutar
180910405

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PENGGUNA
E-COMMERCE BLIBLI DI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar sarjana**

Oleh:

**Tom Berry Eduart Sidabutar
180910405**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 29 Juli 2023



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

Pembimbing



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Perusahaan membutuhkan kualitas produk yang dapat dipertanggung jawabkan kepada konsumennya untuk mempertahankan minat beli konsumen terhadap perusahaan. Promosi bertujuan untuk membuat konsumen tertarik melihat dan mampu menarik konsumen untuk membeli produk perusahaan. Penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hasil hipotesis pada setiap variabel yang diteliti. Hipotesis yang diteliti adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap minat beli pengguna e-commerce Blibli di Batam. Penelitian tersebut meneliti 398 warga Beduk tj.Piayu sei. kemudian penelitian akan menghasilkan perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 26. Penelitian dilakukan dengan menggunakan uji statistic deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh dan uji hipotesis sebagai acuan dalam pengembangan penelitian. Pada penelitian uji pengaruh terhadap kualitas produk uji t (X1) diperoleh $16,636 > t$ tabel $1,971$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. Sehingga hipotesis pertama dapat diterima. Uji t pada Promosi (X2) diperoleh $20,636 > t$ tabel $1,971$ dan signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Maka hipotesis kedua dapat diterima. Maka dari semua hipotesis dapat ditak kesimpulan bahwa adanya pengaruh disetiap variabel yang diperlukan perusahaan.

Keywords: Kualitas produk, Promosi, Minat Beli

ABSTRACT

Research that aims to find the results of the hypothesis on each variable studied. Companies need product quality that can be accounted for by consumers to maintain consumer buying interest in companies. Promotion aims to make consumers interested in seeing and being able to attract consumers to buy the company's products. Research that aims to determine the results of the hypothesis on each variable studied. The hypothesis studied is to determine the effect of product quality and promotions on buying interest of Blibli e-commerce users in Batam. The research examined 398 residents of Beduk tj.Piayu sei. then the research will produce calculations using SPSS version 26. The research is carried out using descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests and hypothesis testing as a reference in research development. In the study of the effect test on product quality t test (X1) obtained $16.636 > t$ table 1.971 and 0.000 significantly < 0.05 . This means that product quality has a positive and significant effect on Purchase Intention. So the first hypothesis can be accepted. The t test on Promotion (X2) obtained $20.636 > t$ table 1.971 and a significant $0.000 < 0.05$. This means that promotion has a positive and significant effect on buying interest. Then the second hypothesis can be accepted. So from all the hypotheses it can be concluded that there is influence in each variable that is needed by the company.

Keywords: Product quality, Promotion, Purchase Interest

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada 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 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. Dr. Michael Jibrael Rorong, S T., M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di 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 pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis.
6. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu berdoa dan memberi dukungan penuh kepada penulis.
7. Terimakasih kepada teman-teman se-angkatan penulis yang selalu senantiasa membantu hingga selesai penelitian skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta nikmat-Nya, aamiin.

Batam, 29 Juli 2023



Tom Berry Eduart Sidabutar



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	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 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Kualitas Produk.....	11
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.1.1.2 Tingkatan Produk	12
2.1.1.3 Indikator Kualitas Produk	12
2.1.2 Promosi	13
2.1.2.1 Pengertian Promosi	13
2.1.2.2 Tujuan Promosi	13
2.1.2.3 Indikator Promosi.....	14
2.1.3 Minat Beli	15
2.1.3.1 Pengertian Minat Beli	15
2.1.3.2 Faktor – faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen.....	16
2.1.3.3 Indikator Minat Beli.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	19
2.3.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli Konsumen	19
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli	20
2.4 Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Sifat Penelitian	22
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	22

3.3.1	Lokasi Penelitian	22
3.3.2	Periode Penelitian.....	23
3.4	Populasi dan Sampel	23
3.4.1	Populasi	23
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	24
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	25
3.5	Sumber Data	25
3.6	Metode Pengumpulan Data	26
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	27
3.7.1	Variabel Independen (X).....	27
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	28
3.8	Metode Analisis Data	29
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	29
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	30
3.8.2.1	Uji Validitas	30
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	31
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	32
3.8.3.1	Uji Normalitas	32
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	32
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	33
3.8.4	Uji Pengaruh	33
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	33
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	34
3.9	Uji Hipotesis	35
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	35
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	37
4.2.1	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	38
4.2.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.2.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah pembelian Online di Blibli	39
4.3	Deskripsi Jawaban Responden.....	39
4.3.1	Analisis Deskriptif	39
4.3.2	Deskriptif Kualitas Produk (X1)	40
4.3.3	Deskriptif Promosi (X2).....	40
4.3.4	Deskriptif Minat Beli (Y).....	41
4.4	Analisis Data	42
4.4.1	Uji Kualitas Data.....	42
4.4.1.1	Uji Validitas	42
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	43
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	43
4.4.2.1	Uji Normalitas	43
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	45

4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	45
4.4.3 Uji Pengaruh	46
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	46
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	47
4.5 Pengujian Hipotesis.....	47
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	47
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	48
4.6 Pembahasan	49
4.6.1 Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli	49
4.6.2 Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli.....	49
4.6.3 Kualitas Produk dan Promosi Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Beli	49
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	51
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	
Lampiran 1 Pendukung Penelitian	
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4. 1 Grafik Histogram	44
Gambar 4. 2 Grafik P-P Plot.....	44
Gambar 4. 3 Garfik Plot (Scatter Plot)	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Nilai transaksi E-commerce di Indonesia tahun 2014-2022	1
Tabel 1. 2 Data produk E-commerce Blibli.com 2023.....	2
Tabel 1. 3 Data hasil mini survei pengguna E-commerce Blibli di kota Batam tahun 2023	5
Tabel 1. 4 Situs E-Commerce dengan pengunjung terbanyak tahun 2022.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Periode Penelitian.....	23
Tabel 3. 2 Populasi Masyarakat Perumahan Pancur Baru.....	24
Tabel 3. 3 Skala Likert	27
Tabel 3. 4 Operasional Variabel.....	28
Tabel 4. 1 Rentang Skala.....	29
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Umur.....	38
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4. 5 Profil Responden Berdasarkan Berapa jumlah pembelian Online di Blibli.....	39
Tabel 4. 6 Rentang Nilai.....	40
Tabel 4. 7 Deskriptif Kualitas Produk (X1)	40
Tabel 4. 8 Deskriptif Promosi (X2).....	41
Tabel 4. 9 Deskriptif Minat Beli (Y).....	41
Tabel 4. 10 Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	42
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4. 12 Uji Kolmogorov Smirnov.....	44
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4. 14 Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
Tabel 4. 15 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	47
Tabel 4. 16 Uji t.....	48
Tabel 4. 17 Uji F.....	48

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	24
Rumus 3. 2 Pearson Correlation.....	30
Rumus 3.3 Alpha Crobach.....	31
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	33
Rumus 3.5 Koefisien Determinasi	34
Rumus 3.6 Uji t.....	35