

**PENGARUH IKLAN, SALES PROMOTION DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE DI
BATAM KOTA**

SKRIPSI



Oleh

Yusni Halawa

190910328

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

**PENGARUH IKLAN, SALES PROMOTION DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA PENGGUNA ECOMMERCE SHOPEE DI
BATAM KOTA**

SKRIPSI



Oleh

Yusni Halawa

190910328

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Yusni Halawa
Npm : 190910328
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

***PENGARUH IKLAN, SALES PROMOTION DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PENGGUNA E-COMMERCE
SHOPEE DI BATAM KOTA***

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 didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini di gugurkan dengan gelar 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, 28 Juli 2023



Yusni Halawa
190910328

**PENGARUH IKLAN, SALES PROMOTION DAN
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI
ULANG PADA PENGGUNA E-COMMERCE
SHOPEE DI BATAM KOTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh :
Yusni Halawa
190910328

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini

Batam, 28 Juli 2023



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



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh iklan, promosi penjualan dan citra merek terhadap niat pembelian ulang. Respondennya adalah masyarakat yang menggunakan E-Commerce Shopee Di Batam Kota. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Sampel yang digunakan Sebanyak 200 orang, kuesioner dibagikan kepada responden dan 110 orang yang berikutnya. Metode pengumpulan data yaitu dengan kuesioner. Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji sumsi klasik dan uji pengaruh dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi R^2 . sedangkan uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan (uji t) dan (uji F) dengan menggunakan software SPSS 25 serta analisis dilakukan dengan teknik *sampling non-probability*. Hasil penelitian berdasarkan hasil uji regresi linear berganda koefisien yaitu variabel iklan berpengaruh sebesar 35% terhadap minat beli ulang, koefisien variabel kedua yaitu sales promotion berpengaruh sebesar 85% terhadap minat beli ulang, dan koefisien variabel ketiga yaitu citra merek berpengaruh sebesar 50% berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang di shopee. Berdasarkan hasil uji hipotesis Iklan, Sales Promotion Dan Citra Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang pada pengguna E-Commerce Shopee.

Kata Kunci : *Minat Beli Ulang, Iklan, Promosi Penjualan, Brand Image*

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the effect of advertising, sales promotion and brand image on repurchase intention. Respondents are people who use E-Commerce Shopee in Batam City. This research is quantitative. A total of 200 questionnaires were distributed to respondents and 110 returned. Data collection method is by questionnaire. Test the quality of the data in this study using the validity and reliability test, the classical assumption test and influence test in this study using multiple linear regression analysis and analysis of the coefficient of determination R². while the hypothesis testing in this study used (t test) and (F test) using SPSS 25 software and analysis was carried out using non-probability sampling techniques. The results of the study are based on the results of the multiple linear regression test coefficient, namely the advertising variable has an effect of 35% on repurchase intention, the coefficient of the second variable, namely sales promotion, has an effect of 85% on repurchase intention, and the third variable coefficient, namely brand image, has an effect of 50% simultaneously for repurchasing interest at shopee. Based on the results of the hypothesis test Advertising, Sales Promotion and Brand Image have a positive and significant influence on repurchase intention of Shopee E-Commerce users.

Keywords: Repurchase Intention, Advertising, Sales Promotion, Brand Image

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah yang Maha Kuasa telah memberikan segala kasih karunianya, sehingga bisa menyelesaikan hasil akhir yang dimana merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi strata satu (SI) dalam Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Dan kami menyadari dalam penulisan skripsi ini ada banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan. Oleh karena itu kami sangat mengharapkan kritikan dan masukan yang bersifat membangun dengan senang hati kami terima. Dan dengan segala keterbatasan, kami menyadari bahwa skripsi ini tidak terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan kemajuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, kami menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si.;
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom
3. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.;
4. Bapak Asron Saputra, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi Pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen Dan Staf Universitas Putera Batam;
6. Kerabat yang sudah meluangkan waktu dan memberikan motivasi untuk mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini;
7. Teman yang satu prodi Manajemen Universitas Putera Batam dalam mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini;

8. Teman-teman Di Kelurahan Sukajadi Batam Kota pengguna shopee yang membantu untuk menyelesaikan skripsi ini;

Semoga allah yang maha kuasa, membalas segala kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah berpartisipasi dalam menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmatnya, amiin.

Batam, 28 Juli 2023



Yusni Halawa
190910328



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR RUMUS	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	19
1.1. Latar Belakang	19
1.2. Identifikasi Masalah	32
1.3. Batasan Masalah.....	32
1.4. Rumusan Masalah	33
1.5. Tujuan Penelitian.....	33
1.6. Manfaat Penelitian.....	34
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1. Kajian Teori.....	20
2.1.1 Iklan.....	20
2.1.2 Sales Promotion.....	24
2.1.3 Citra Merek	28
2.1.4 Minat Beli Ulang.....	31
2.2. Penelitian Terdahulu	35
2.3. Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	20
3.1. Jenis Penelitian	20
3.2. Sifat Penelitian	20
3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian	44

3.3.1. Lokasi Penelitian	44
3.3.2. Priode Penelitian.....	44
3.4 Populasi Dan Sampel	45
3.4.1. Populasi.....	45
3.4.2. Sampel.....	46
3.4.3. Teknik Penentuan Besar Sampel	47
3.4.4. Teknik Sampling	48
3.5 Sumber Data.....	48
3.5.1. Data Primer.....	49
3.5.2. Data Sekunder	49
3.6 Metode Pengumpulan Data	50
3.7 Defenisi Operasional Variabel Penelitian	50
3.7.1 Variabel Independen (Independen Variable).....	51
3.7.2 Variabel Dependen (Dependent Variable)	53
3.8 Metode Analisis Data	55
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	56
3.8.2 Uji Kualitas Data	56
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	59
3.8.4 Uji Pengaruh.....	61
3.9 Uji Hipotesis.....	62
3.9.1 Uji T (Parsial).....	62
3.9.2 Uji F (Simultan).....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.1.1 Profil Perusahaan.....	65
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	66
4.2.1 Profil Responden	66
4.2.2 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	66
4.2.3 Profil Responden Menurut Usia	66
4.2.4 Profil Responden Menurut Pekerjaan.....	67
4.2.5 Profil Responden Menurut Pendidikan Terakhir.....	68
4.2.6 Profil Responden Menurut Berapa Kali Melakukan Pembelian di Platform Shopee	69

4.3 Deskripsi Jawaban Responden	69
4.3.1 Rentang Skala.....	69
4.3.2 Variabel Iklan (X1)	70
4.3.3 Variabel Sales Promotion (X2)	71
4.3.4 Variabel Citra Merek (X3)	72
4.3.5 Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	73
4.4 Analisis Data.....	74
4.4.1 Hasil Uji Kualitas	74
4.4.2 Hasil Uji Asumi Klasik	75
4.4.3 Hasil Uji Pengaruh	79
4.5 Pengujian Hipotesis.....	81
4.5.1 Hasil Uji t	81
4.5.2 Hasil Uji f.....	83
4.6 Pembahasan.....	84
4.6.1 Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli Ulang.....	84
4.6.2 Pengaruh Sales Promotion Terhadap Minat Beli Ulang.....	84
4.6.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	85
4.6.4 Pengaruh Iklan, Sales Promotion dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	86
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	87
4.7.1 Implikasi Teoritis	87
4.7.2 Implikasi Praktis.....	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	90
5.1. Simpulan	90
5.2. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	93
lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian	
Lampiran 3. Riwayat Hidup	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	40
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram	76
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Normal	76
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data E- Commerce Yang sering Dikunjungi Tahun 2021	22
Tabel 1.2 Pengunjung Web Tahun 2020	23
Tabel 1.3 Pengunjung Web Tahun 2022	24
Tabel 1.4 Mini Survey Iklan, Sales Promo	25
Tabel 1.5 Data Pengunjung Shopee Tahun 2020	26
Tabel 1.6 Total Iklan E-Commerce 2020	29
Tabel 1.7 Top Brand Index Situs Jual Beli	29
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Periode Penelitian	45
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk Perempuan Menu	46
Tabel 3.3 Skala Likert 1	50
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	51
Tabel 3.5 Skala Likert	56
Tabel 4.1 Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Profil Responden Menurut Usia	67
Tabel 4.3 Profil Responden Menurut Pekerjaan	67
Tabel 4.4 Profil Responden Menurut Pendidikan terakhir.....	68
Tabel 4.5 Profil Responden Menurut Berapa kali melakukan pembelian.....	69
Tabel 4.6 Rentang Skala	70
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Variabel Iklan	70
Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Variabel Sales	71
Tabel 4.9 Hasil Kuesioner Variabel Citra Merek.....	72
Tabel 4.10 Hasil Kuesioner Variabel Minat Beli Ulang	73
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	77
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 4.15 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Korelasi	81

Tabel 4.17 Hasil Uji t	82
Tabel 4.18 Hasil Uji f	83

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus slovin	47
Rumus 3.2 Pearson Product Moment	57
Rumus 3.3 Alfa Cronbach.....	58
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda	61
Rumus 3.5 Uji F (Simultan)	63