

**PENGARUH KREDIBILITAS, CITRA MEREK DAN
KEMUDAHAN APLIKASI KLIK INDOMARET
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
INDOMARET BATU AJI**

SKRIPSI



**Oleh:
Agus Salim
200910277**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KREDIBILITAS, CITRA MEREK DAN
KEMUDAHAN APLIKASI KLIK INDOMARET
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
INDOMARET BATU AJI**

SKRIPSI

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



**Oleh
Agus Salim
200910277**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Agus Salim
NPM : 200910277
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi: Manajemen

Menyatakan bahwa "SKRIPSI" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KREDIBILITAS, CITRA MEREK DAN KEMUDAHAN APLIKASI KLIK INDOMARET TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDOMARET BATU AJI

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, 20 Januari 2024

Yang menyatakan,



Agus Salim
200910277

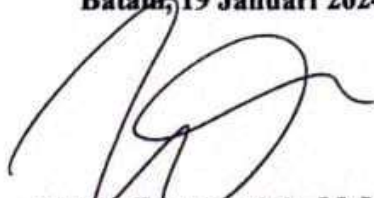
**PENGARUH KREDIBILITAS, CITRA MEREK DAN
KEMUDAHAN APLIKASI KLIK INDOMARET
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
INDOMARET BATU AJI**

SKRIPSI

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

**Oleh:
Agus Salim
200910277**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini
Batam, 19 Januari 2024**



**Winda Ewyanto, S.S., M. MPd
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Industri ritel telah hadir di Indonesia sejak era kolonial, Perusahaan Hindia Timur Belanda sebagai pelopor yang didirikan pada tahun 1602. Saat ini, ritel telah berkembang menjadi toko serba ada seperti Indomaret yang memperkenalkan konsep minimalis pada tahun 1997 dan sejak saat itu berkembang menjadi lebih dari 22.000 toko. Indomaret memanfaatkan toko fisik dan aplikasi Klik Indomaret yang diluncurkan pada tahun 2015 untuk memperluas jangkauannya. Namun, kendati kehadiran yang lebih awal dan keunggulan yang diberikan lain, Indomaret masih belum dapat mengungguli pesaing utamanya dalam sudut pandang citra merek. Riset kuantitatif ini mengambil sampel 100 pembeli Indomaret di Batuaji pada 2023 yang menggunakan aplikasi Klik Indomaret. Hasil penelitian menunjukkan kredibilitas secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, sementara citra merek tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Kemudahan aplikasi Klik Indomaret juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, kredibilitas, citra merek, dan kemudahan aplikasi memiliki pengaruh signifikan. Kesimpulannya, meskipun Indomaret telah mencapai jangkauan fisik yang luas, penawaran digitalnya melalui aplikasi Klik Indomaret gagal memberikan kenyamanan yang diharapkan. Dengan memfokuskan upaya pada peningkatan keandalan aplikasi, keamanan, dan pengalaman pengguna, Indomaret diharapkan dapat mereplikasi dominasi di dalam toko secara digital.

Kata kunci: citra merek, kredibilitas, kemudahan aplikasi, keputusan pembelian

ABSTRACT

Retail has existed in Indonesia since the colonial era, with the pioneer being the Dutch East India Company founded in 1602. Today, retail has evolved into convenience stores like Indomaret which introduced a new compact concept in 1997 and has since expanded to over 22,000 stores. Indomaret leverages physical stores and its Klik Indomaret app launched in 2015 to extend its reach. However, it struggles to fully meet customer expectations regarding app reliability and security. Competitor Alfamart also consistently ranks higher in brand perception. This quantitative research sampled 100 Indomaret shoppers in Batuaji in 2023 who used the Klik Indomaret app. Data underwent multiple statistical tests for analysis. Results showed credibility significantly influences purchase decisions, while brand image does not. Ease of the Klik Indomaret app also significantly affects purchase decisions. When combined, credibility, brand image, and ease of the app have a collective significant influence. In conclusion, while Indomaret has achieved extensive physical reach, its digital offerings via the Klik Indomaret app fail to provide the same expected convenience. By focusing efforts on improving app reliability, security and user experience, Indomaret can work to replicate its in-store dominance digitally.

Keywords: *brand image, credibility, ease of application, purchase decision.*

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas, Citra Merek dan Kemudahan Aplikasi Klik Indomaret Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Batu Aji” 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. Dr. Nur Elfi Husda, S.kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Michael J.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, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.
4. Bapak Winda Evyanto, S.S., M. MPd selaku pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk selalu membimbing penulis.
5. Bapak/Ibu Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Bapak/Ibu penguji yang bersedia untuk menjadi penguji serta memberikan kritik dan saran yang membangun.
7. Masyarakat yang sudah bersedia berpartisipasi sebagai responden;

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan berkat serta rahmat-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini

Batam, 20 Januari 2024



Agus Salim



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR RUMUS	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	11
1.3. Batasan Masalah	11
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Tujuan Penelitian	12
1.6. Manfaat Penelitian	13
1.6.1. Manfaat Teoritis	13
1.6.2. Manfaat Praktis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Teori	16
2.1.1. Kredibilitas.....	16
2.1.1.1. Pengertian Kredibilitas.....	16
2.1.1.2. Karakteristik Kredibilitas	17
2.1.1.3. Fungsi Kredibilitas	19
2.1.1.4. Indikator Kredibilitas	21
2.1.2. Citra Merek	21
2.1.2.1. Pengertian Citra Merek	21
2.1.2.2. Karakteristik Citra Merek	24
2.1.2.3. Fungsi Citra Merek	25
2.1.2.4. Indikator Citra Merek.....	26
2.1.3. Kemudahan Aplikasi Klik Indomaret	27
2.1.3.1. Pengertian Kemudahan	27
2.1.3.2. Karakteristik Kemudahan	28
2.1.3.3. Fungsi Kemudahan	29
2.1.3.4. Indikator Kemudahan.....	31
2.1.4. Keputusan Pembelian.....	32
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2.1.4.2. Faktor Keputusan Pembelian	34
2.1.4.3. Fungsi Keputusan Pembelian.....	35

2.1.4.4.	Indikator Keputusan Pembelian	36
2.2.	Penelitian Terdahulu	38
2.3.	Kerangka Berpikir	45
2.3.1.	Pengaruh Kredibilitas terhadap Keputusan Pembelian	45
2.3.2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	46
2.3.3.	Pengaruh Kemudahan Aplikasi Klik Indomaret terhadap Keputusan Pembelian	46
2.3.4.	Pengaruh Kredibilitas, Citra Merek dan Kemudahan Aplikasi Klik Indomaret terhadap Keputusan Pembelian	46
2.4.	Hipotesis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Jenis Penelitian.....	50
3.2.	Sifat Penelitian	51
3.3.	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	51
3.3.1.	Lokasi Penelitian.....	51
3.3.2.	Jadwal Penelitian.....	52
3.4.	Populasi Dan Sampel Penelitian	52
3.4.1.	Populasi	52
3.4.2.	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	53
3.5.	Sumber Data.....	54
3.5.1.	Sumber Data Primer	54
3.5.2.	Sumber Data Sekunder.....	57
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	58
3.6.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.6.2.	Alat Pengumpulan Data	59
3.7.	Definisi Operasional Variabel Penelitian	60
3.7.1.	Variabel Bebas (Independen).....	60
3.7.1.1.	Kredibilitas.....	60
3.7.1.2.	Citra Merek	61
3.7.1.3.	Kemudahan Aplikasi.....	61
3.7.2.	Variabel Terikat (Dependen)	61
3.7.2.1.	Keputusan Pembelian.....	62
3.8.	Metode Analisis Data.....	63
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif	63
3.8.2.	Uji Kualitas Data.....	64
3.8.2.1.	Uji Validitas	64
3.8.3.	Uji Reliabilitas Data.....	66
3.8.4.	Uji Asumsi Klasik	67
3.8.4.1.	Uji Normalitas.....	67
3.8.4.2.	Uji Multikolinearitas	68
3.8.4.3.	Uji Heterokedastisitas	69
3.8.5.	Uji Pengaruh	69
3.8.5.1.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda	69
3.8.5.2.	Uji Koefisien Determinasi	71

3.9.	Uji Hipotesis	71
3.9.1.	Uji t (Regresi Parsial).....	72
3.9.2.	Uji Simultan (F)	72
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	75
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden	76
4.2.1.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	76
4.2.2.	Karakteristik Berdasarkan Usia	76
4.2.3.	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	77
4.2.4.	Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pendapatan	78
4.2.5.	Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Aplikasi Klik Indomaret	78
4.3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	79
4.3.1.	Analisis Deskriptif Variabel Kredibilitas (X1).....	79
4.3.2.	Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X2).....	80
4.3.3.	Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Aplikasi (X3).....	82
4.3.4.	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	83
4.4.	Analisis Data	85
4.4.1.	Hasil Uji Analisis Deskriptif	85
4.4.2.	Uji Kualitas Data.....	86
4.4.2.1.	Uji Validasi	86
4.4.2.2.	Uji Reliabilitas	89
4.4.3.	Uji Asumsi Klasik	90
4.4.3.1.	Uji Normalitas.....	90
4.4.3.2.	Uji Multikolinearitas	92
4.4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	93
4.4.4.	Uji Pengaruh.....	94
4.4.4.1.	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	94
4.4.4.2.	Uji Koefisien Determinasi	95
4.5.	Uji Hipotesis.....	96
4.5.1.	Uji t.....	96
4.5.2.	Uji F	97
4.6.	Pembahasan.....	98
4.6.1.	Pengaruh Kredibilitas Terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Batu Aji.....	98
4.6.2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Batu Aji.....	99
4.6.3.	Pengaruh Kemudahan Aplikasi Terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Batu Aji.....	100
4.7.	Implikasi Hasil Penelitian	100
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	105
5.2.	Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

- Lampiran 1.** Data Pendukung Penelitian
- Lampiran 2.** Data Riwayat Hidup
- Lampiran 3.** Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Keluhan Pengguna Klik Indomaret terkait dengan transaksi yang gagal.....	6
Gambar 1.2 Perbandingan <i>rating</i> Alfagift dan Klik Indomaret.....	9
Gambar 1.3 Keluhan Pengguna Klik Indomaret terkait dengan sulitnya penggunaan	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	47
Gambar 4.1 Uji Normalitas Data Histogram.....	90
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Data Diagram.....	91
Gambar 4.3 Hasil Uji <i>Scatterplot</i>	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Gerai Ritel Indomaret dan Alfamart di Indonesia.....	4
Tabel 1.2 Pendapatan Perusahaan Ritel Indomaret dan Alfamart	5
Tabel 1.3 Index Brand Dua Industri Ritel Minimarket di Indonesia.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	52
Tabel 3.2 Skala Likert	60
Tabel 3.3 Variabel Operasional	62
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	78
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi.....	78
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kredibilitas (X1)	79
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Citra Merek (X2)	81
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Kemudahan Aplikasi (X3)	82
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	83
Tabel 4.10 Hasil uji analisis deskriptif	85
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Kredibilitas (X1)	86
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Validitas Citra Merek (X2).....	87
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas Kemudahan Aplikasi (X3).....	88
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian(Y).....	88
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Reliabilitas	89
Tabel 4.17 Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i>	91
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas.....	92
Tabel 4.19 Hasil uji Heterokedastisitas.....	94
Tabel 4.20 Uji Analisis Linear Berganda.....	95
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	96
Tabel 4.21 Uji t.....	97
Tabel 4.22 Hasil uji F	97

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Lemeshow	53
Rumus 3.2 Rentang Skala	63
Rumus 3.3 Rumus Uji Validitas.....	65
Rumus 3.4 Regresi linier Berganda.....	70