

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE
SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Siti Khaviva Consina
190910099**

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

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE
SHOPEE DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Siti Khaviva Consina
190910099**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Siti Khaviva Consina
NPM : 190910099
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

“Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Shopee di Kota Batam”

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karyawan orang lain. Sepengertian 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 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, 24 Januari 2024



Siti Khaviva Consina
190910099

**PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK, DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA *E-COMMERCE*
SHOPEE DI KOTA BATAM**

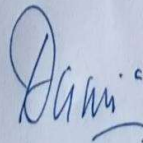
SKRIPSI

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

**Oleh:
Siti Khaviva Consina
190910099**

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

Batam, 24 Januari 2024



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



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* shopee, pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* shopee, pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* shopee. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna *e-commerce* shopee di kota Batam. Teknik pengambilan sampel dengan metode *Non-probability* dengan jumlah sampel sebanyak 204 responden. Variabel (X_1) adalah promosi, variabel (X_2) adalah citra merek, variabel (X_3) adalah desain produk, dan variabel (y) adalah keputusan pembelian konsumen. Analisis data yang digunakan adalah analisis *regresi linier berganda* dengan bantuan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen, citra merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen, desain produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 promosi, citra merek dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *e-commerce* shopee di Kota Batam.

Kata kunci : promosi, citra merek, desain produk, keputusan pembelian, shopee.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the influence of promotions on consumer purchasing decisions on Shopee e-commerce, the influence of brand image on consumer purchasing decisions on Shopee e-commerce, the influence of product design on consumer purchasing decisions on Shopee e-commerce. This type of research is quantitative. The population in this research is consumers who use Shopee e-commerce in the city of Batam. The sampling technique used the non-probability method with a sample size of 204 respondents. Variable (X_1) is promotion, variable (X_2) is brand image, variable (X_3) is product design, and variable (Y) is consumer purchasing decisions. The data analysis used is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 25 application. The results of this research show that promotion has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions, brand image has a positive and significant effect on consumer purchasing decisions, product design has a partial effect. positive and partially significant towards the decision. The results of this research show that hypothesis 4 promotion, brand image and product design simultaneously have a positive and significant effect on consumer purchasing decisions on Shopee e-commerce in Batam City.

Keywords: *promotion, brand image, product design, purchasing decisions, shopee.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, peneliti menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan semangat dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti 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 Universitas Putera Batam;
4. Bapak David Humala Sitorus, S.E., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan panduan kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini;
6. Pihak responden pengguna Shopee yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini;
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa selalu mendukung penulis dalam menyelesaikan pendidikan dan menggapai impian penulis;
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini;
9. Kepada semua teman yang memberikan dukungan semangat.

Batam, 14 Desember 2023



Siti Khaviva Consina



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	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
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Kajian Teori	10
2.1.1 Promosi	10
2.1.2 Citra Merek	17
2.1.3 Desain Produk	22
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
2.3.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	38
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.3.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.3.4 Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.4 Hipotesis.....	40
BAB III	41
METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian.....	42
3.2 Sifat Penelitian	42

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	43
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	43
3.3.2 Periode Penelitian.....	43
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	45
3.4.3 Teknik Sampling.....	46
3.5 Sumber Data.....	46
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.7 Operasional Variabel Penelitian.....	48
3.7.1 Variabel Bebas (Independen).....	49
3.7.2 Variabel Terikat (Dependen).....	49
3.8. Metode Analisis Data.....	51
3.8.1 Analisis Deskriptif	51
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	52
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.8.4 Uji Pengaruh.....	54
3.8.5 Uji Pengaruh.....	55
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	58
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	59
4.2.1 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.2.2 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.2.3 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
4.2.4 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	61
4.2.5 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.	62
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	63
4.3.1 Deskriptif Promosi (X1).....	63
4.3.2 Deskriptif Citra Merek (X2).....	65
4.3.4 Deskriptif Desain Produk (X3)	66
4.3.5 Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	67
4.4 Analisis Data	69
4.4.1 Uji Kualitas Data.....	69
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	72
4.4.3 Uji Pengaruh.....	77
4.5 Pengujian Hipotesis.....	80
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	80
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f.....	81
4.6 Pembahasan.....	82
4.6.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	83
4.6.3 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	83

4.6.4 Pengaruh Promosi, Citra Merek Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	85
BAB V.....	86
SIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Simpulan	87
5.2 Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	90
Lampiran 1. Pendukung Penelitian.....	92
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup.....	133
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengunjung Situs Shopee per Bulan (Kuartal I 2019-Kuartal II 2022)	2
Gambar 1. 2 Pengunjung Situs E-Commerce Terbanyak di Indonesia per 2022..	3
Gambar 2. 1 Tahapan Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen...	26
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	38
Gambar 4. 1 Logo Shopee	59
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Dengan Histogram	73
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Dengan Normal P-P Plot.....	74
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Periode Penelitian.....	43
Tabel 3. 2 Skala Likert	47
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	62
Tabel 4.6 Rentang Skala.....	63
Tabel 4.7 Deskriptif Promosi	64
Tabel 4.8 Deskriptif Citra Merek	65
Tabel 4.9 Deskriptif Desain Produk	66
Tabel 4.10 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	67
Tabel 4.11 Uji Validitas Promosi (X1).....	69
Tabel 4.12 Uji Validitas Citra Merek (X2)	70
Tabel 4.13 Uji Validitas Desain Produk (X3)	70
Tabel 4.14 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	71
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Kolmogrov-Smirnov	75
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4.19 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	79
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Parsial).....	80
Tabel 4.21 Hasil Uji f (Simultan).....	82

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 <i>Jacob Cohen</i>	45
Rumus 3. 2 <i>Alpha Cronboach</i>	52
Rumus 3. 3 Regreasi Linier Berganda	54