

**PENGARUH IKLAN MEDIA DIGITAL,
KUALITAS INFORMASI DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS
E-COMMERCE BUKA LAPAK DI BATAM**

SKRIPSI



Oleh:

**Vira Desnita
200910212**

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

**PENGARUH IKLAN MEDIA DIGITAL,
KUALITAS INFORMASI DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS
E-COMMERCE BUKA LAPAK DI BATAM**

SKRIPSI

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



Oleh:

**Vira Desnita
200910212**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Vira Desnita
NPM : 200910212
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH IKLAN MEDIA DIGITAL, KUALITAS INFORMASI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS E-COMMERCE BUKA LAPAK 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 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, 23 Januari 2024



Vira Desnita
200910212

**PENGARUH IKLAN MEDIA DIGITAL,
KUALITAS INFORMASI DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SITUS
E-COMMERCE BUKA LAPAK DI BATAM**

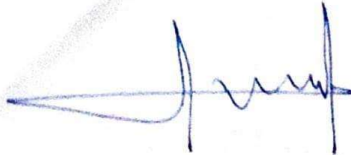
SKRIPSI

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

**Oleh
Vira Desnita
200910212**

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

Batam, 23 Januari 2024



**Dr. Wasiman S.E., M.M.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Masyarakat Indonesia semakin menunjukkan minat yang meningkat dalam menggunakan belanja online untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, didukung oleh kenyataan bahwa sekarang ini orang-orang memiliki pemahaman dan kebiasaan yang cukup terkait proses belanja online. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah iklan media digital, kualitas informasi, dan kepercayaan berpengaruh pada keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan data primer untuk membuktikan hipotesis, mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Batam dengan sampel 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup analisis kuantitatif, uji statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis yang diproses menggunakan perangkat lunak SPSS 27.0. Secara parsial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas informasi dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian, sementara iklan media digital tidak memiliki dampak signifikan pada keputusan pembelian. Secara bersamaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel desain produk, kreativitas iklan, dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

Kata Kunci: Iklan Media Digital; Kepercayaan; Keputusan Pembelian; Kualitas Informasi

ABSTRACT

Indonesian society is increasingly showing a growing interest in the use of online shopping to fulfill their needs and desires, supported by the fact that people now have sufficient understanding and habits regarding the online shopping process. The aim of this research is to determine whether digital media advertising, information quality, and trust have an influence on purchasing decisions. This study uses primary data to prove the hypothesis, collecting data through distributed questionnaires. The population in this research is the community of Batam City with a sample of 100 respondents. The data analysis method employed in this study includes quantitative analysis, descriptive statistical tests, data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests processed using SPSS 27.0 software. Partially, the results of this research indicate that information quality and trust have a positive and significant influence on purchasing decisions, while digital media advertising does not have a significant impact on purchasing decisions. Simultaneously, the research results show that the variables of product design, advertising creativity, and trust have a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *Digital media advertising; Information quality; Purchase decision; Trust*

KATA PENGANTAR

Pujisyukur kehadiran 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 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. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
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. Ketua Program Studi Manajemen dan sekaligus dosen Pembimbing Akademik pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
4. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua dan keluarga yang telah mendoakan dan memberi dukungan penuh kepada penulis;
7. Teman-teman se-angkatan penulis yang telah membantu dan selalu menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai.

Semoga tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 23 Januari 2024


Vira Desnita

200910212



DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS | 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 | 2 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 10 |
| 1.3 Batasan Masalah | 10 |
| 1.4 Rumusan Masalah | 11 |
| 1.5 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.6 Manfaat Penelitian | 12 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 14 |
| 2.1 Kajian Teori | 14 |
| 2.1.1 Iklan Media Digital | 14 |
| 2.1.2 Kualitas Informasi | 17 |
| 2.1.3 Kepercayaan | 18 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian | 21 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 22 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 25 |
| 2.3.1 Hubungan Iklan Media Digital Terhadap Keputusan Pembelian | 25 |
| 2.3.2 Hubungan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.3.3 Hubungan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian | 26 |
| 2.3.4 Hubungan Iklan Media Digital, Kualitas Informasi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian | 27 |
| 2.4 Hipotesis | 28 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 30 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 30 |
| 3.2 Sifat Penelitian | 31 |
| 3.3 Lokasi dan Periode Penelitian | 31 |
| 3.3.1 Lokasi Penelitian | 31 |
| 3.3.2 Periode Penelitian | 31 |
| 3.4 Populasi dan Sampel | 32 |
| 3.4.1 Populasi | 32 |
| 3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel | 32 |
| 3.4.3 Teknik Sampling | 33 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 3.5 | Sumber Data | 34 |
| 3.6 | Metode Pengumpulan Data | 35 |
| 3.7 | Definisi Operasional Variabel Penelitian | 35 |
| 3.8 | Metode Analisis Data | 36 |
| 3.8.1 | Analisis Deskripti | 36 |
| 3.8.2 | Uji Kualitas Data | 37 |
| 3.8.3 | Uji Asumsi Klasik | 39 |
| 3.8.4 | Uji Pengaruh | 40 |
| 3.9 | Uji Hipotesis | 41 |
| 3.9.1 | Uji t | 41 |
| 3.9.2 | Uji F | 42 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 43 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 43 |
| 4.2 | Deskripsi Karakteristik Responden | 44 |
| 4.2.1 | Data Persentase Jenis Kelamin Responden | 44 |
| 4.2.2 | Data Persentase Usia Responden | 45 |
| 4.2.3 | Data Persentase Pendidikan Terakhir Responden | 46 |
| 4.2.4 | Data Persentase Pendapatan Responden | 47 |
| 4.3 | Deskripsi Jawaban Responden | 48 |
| 4.3.1 | Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Iklan Media Digital | 48 |
| 4.3.2 | Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kualitas Informasi | 49 |
| 4.3.3 | Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan | 50 |
| 4.3.4 | Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian | 51 |
| 4.4 | Analisis Data | 52 |
| 4.4.1 | Hasil Analisis Deskriptif | 52 |
| 4.4.2 | Hasil Uji Kualitas Data | 53 |
| 4.4.3 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 55 |
| 4.4.4 | Hasil Uji Pengaruh | 58 |
| 4.5 | Uji Hipotesis | 61 |
| 4.5.1 | Hasil Uji T | 61 |
| 4.5.2 | Hasil Uji F (Simultan) | 62 |
| 4.6 | Pembahasan | 63 |
| 4.6.1 | Pengaruh Iklan Media Digital Terhadap Keputusan Pembelian | 63 |
| 4.6.2 | Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian | 63 |
| 4.6.3 | Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian | 64 |
| 4.6.4 | Pengaruh Iklan Media Digital, Kualitas Informasi, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian | 64 |
| 4.7 | Implikasi Hasil Penelitian | 65 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | | 67 |
| 5.1 | Simpulan | 67 |
| 5.2 | Saran | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 69 |
| LAMPIRAN 1.PENDUKUNG PENELITIAN | | 71 |

| | |
|---|------------|
| LAMPIRAN 2.DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 98 |
| LAMPIRAN 3. SURAT KETERANGAN PENELITIAN..... | 100 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Iklan Buka Lapak di Youtube | 4 |
| Gambar 1.2 Review Konsumen Tentang Aplikasi Buka Lapak..... | 6 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 28 |
| Gambar 4.1 Normal P-Plot | 56 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Kunjungan Situs E-commerce di Indonesia Pada Kuartal pertama Tahun 2023 | 2 |
| Tabel 1.2 Ulasan Pembeli Pada E-commerce Buka Lapak | 8 |
| Tabel 1.3 Pengunjung E-commerce Buka Lapak Berdasarkan Kuartal Tahun 2023 | 9 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 23 |
| Tabel 3.1 Periode Penelitian | 31 |
| Tabel 3.2 Skala Likert | 35 |
| Tabel 3.3 Rentang Skala | 37 |
| Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 45 |
| Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia | 46 |
| Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 46 |
| Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan per bulan | 47 |
| Tabel 4.5 Hasil Deskriptif Variabel X1 | 48 |
| Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Variabel X2 | 49 |
| Tabel 4.7 Hasil Deskriptif Variabel X3 | 50 |
| Tabel 4.8 Hasil Deskriptif Variabel Y | 51 |
| Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel | 53 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas | 54 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas | 55 |
| Tabel 4.12 Uji One Sample Kolmogorov Smirnov | 55 |
| Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas | 57 |
| Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas | 58 |
| Tabel 4.15 Uji Regresi Linear Berganda | 58 |
| Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi | 60 |
| Tabel 4.17 Uji T | 61 |
| Tabel 4.18 Uji F | 62 |

DAFTAR RUMUS

| | |
|--|----|
| Rumus 3.1 Rumus Lemeshow..... | 33 |
| Rumus 3.2 Rentang Skala | 36 |
| Rumus 3.3 Rumus Alpha..... | 47 |
| Rumus 3.4 Rumus Regresi Linier Berganda | 49 |
| Rumus 3.3 Koefisien Determinasi..... | 41 |