

**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA
MEREK DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC DI SHOPEE**

SKRIPSI



Oleh :

FERENCIA

200910024

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

**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA
MEREK DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC DI SHOPEE**

SKRIPSI

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



Oleh :

FERENCIA

200910024

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Ferencia
NPM : 200910024
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “ Skripsi “ yang saya buat dengan judul :

“PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC DI SHOPEE”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain, sepengetahuan saya. didalam naskah skripsi ini 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 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-undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 9 Juli 2024



**PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA
MEREK, DAN KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINTIFIC DI SHOPEE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana

Oleh
Ferencia
200910024

Telah disetujui oleh pembimbing
pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Batam, 9 Juli 2024



Prof. Asosiat Dr. Suhardi, S.E., M.M.
Pembimbing



Universitas Putera Batam

Abstrak

Penelitian ini mengkaji bagaimana desain produk, citra merek, dan kemajuan teknologi mempengaruhi keputusan pembelian kreatif Shopee. Dalam contoh ini, peneliti memilih jumlah sampel sebanyak 13.732 mahasiswa dari beberapa universitas di Batam. Besar sampel penelitian ini adalah 100 responden, dan akan digunakan sebagai alat penelitian dengan sistem kuesioner dan prosedur pengumpulan data berdasarkan skala likert. Data penelitian diperiksa secara kuantitatif. Temuan penelitian ini menyatakan bahwa desain produk, citra merek dan kemajuan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk skintific dari Shopee.

Kata Kunci : Desain Produk, Citra Merek, Kemajuan Teknologi, Keputusan Pembeli

Abstract

This research examines how product design, brand image, and technological advances influence Shopee's creative purchasing decisions. In this example, researchers chose a sample size of 13,732 students from several universities in Batam. The sample size for this research is 100 respondents, and will be used as a research tool with a questionnaire system and data collection procedures based on a Likert scale. Research data was examined quantitatively. The findings of this research state that product design, brand image and technological advances have a positive and significant influence on purchasing decisions for skintific products from Shopee.

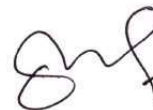
Keywords: *Product Design, Brand Image, Technological Advances, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia'Nya, 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. Karna itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takakan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari beberapa pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI. selaku rektor Universitas Putera Batam.
 2. Bapak Dr. Michael Jibrail Rorong, S.T., M.I.Kom, selaku dekan fakultas ilmu sosial & humaniora.
 3. Prof. Asosiat Dr. Suhardi S.E., M.M. selaku pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
 4. Dosen dan staff Universitas Putera Batam.
 5. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu menyemangati dan mendukung dalam penyusunan skripsi ini.
 6. Kepada seluruh teman-teman penulis yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
 7. Para responden yang turut berpartisipasi
 8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu
- Akhir kata, semoga karya kecil ini semakin memperkaya khasanah ilmu pengetahuan bagi kalangan akademisi, menambah wawasan baru serta tentunya bermanfaat bagi kita semua.

Batam, 9 Juli 2024



Ferencia



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB. I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Secara Teoritis.....	10
1.6.2 Secara Praktis	11
BAB. II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Pengertian Desain Produk	12
2.1.1.1 Pengertian Desain Produk	12
2.1.1.2 Indikator Desain Produk	13
2.1.1.3 Faktor yang Desain Produk	13
2.1.1.4 Biaya Desain Produk.....	14
2.1.2 Citra Merek	15
2.1.2.1 Pengertian Citra Merek	15
2.1.2.2 Kategori Citra Merek	17
2.1.2.3 Indikator Citra Merek.....	17
2.1.3 Kemajuan Teknologi.....	18
2.1.3.1 Pengertian Kemajuan Teknologi.....	18
2.1.3.2 Indikator Kemajuan Teknologi	19
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	19
2.1.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	20
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22

2.3.1 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4 Kerangka Konseptual	23
2.5 Hipotesis.....	23
BAB.III.....	25
METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Sifat Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	26
3.4 Sumber Data.....	27
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.6 Metode Analisis Data.....	28
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	28
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	28
3.6.2.1 Uji Validitas	28
3.6.2.2 Uji Reabilitas.....	29
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	29
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	30
3.6.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.6.4 Uji Pengaruh.....	31
3.6.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
3.6.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	32
3.7 Uji Hipotesis	32
3.7.1 Uji T (Parsial).....	32
3.7.2 Uji F (Simultan)	33
3.8 Lokasi dan Periode Penelitian.....	33
3.8.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.8.2 Periode Penelitian.....	34
3.9 Definisi Operasional Variabel.....	34
BAB.IV	36
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	36
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.2 Identitas Jumlah Responden.....	36
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	37
4.2.2 Usia Responden.....	37
4.2.3 Asal Universitas Responden	38
4.2.4 Identitas Pekerjaan Responden	38
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	39
4.3.1 Deskriptif Desai Produk.....	39
4.3.2 Deskriptif Citra Merek	40

4.3.3	Deskriptif Kemajuan Teknologi.....	41
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian.....	42
4.4	Uji Analisis Data.....	43
4.4.1	Uji Statistik Deskriptif.....	43
4.4.2	Uji Kualitas Data.....	44
4.4.2.1	Uji Validitas Data.....	44
4.4.2.2	Uji Reliabilitas Data.....	46
4.4.3	Uji Asumsi Klasik.....	48
4.4.3.1	Uji Normalitas.....	48
4.4.3.2	Uji Multikolinearitas.....	49
4.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	50
4.4.4	Uji Pengaruh.....	51
4.4.4.1	Uji Regresi Linear Berganda.....	52
4.4.5	Uji Hipotesis.....	52
4.4.5.1	Uji T.....	52
4.4.5.2	Uji F.....	55
4.4.5.3	Uji Koefisien Determinasi.....	56
4.5	Pembahasan.....	57
4.5.1	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Skintific di Shopee.....	57
4.5.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Skintific di Shopee.....	58
4.5.3	Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Pembelian Skintific di Shopee.....	59
4.5.4	Pengaruh Desain Produk, Citra Merek, dan kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Pembelian Skintific di Shopee.....	60
BAB.V	61
SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1	Simpulan.....	61
5.2	Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR *TABLE*

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Bobot Kuesioner Berdasarkan pada Metode Skala Likert	28
Tabel 3.2 Data Mahasiswa Universitas Periode Semester Ganjil Tahun 2023 di Kota Batam.....	33
Tabel 3.3 Periode Penelitian.....	34
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.2 Usia Responden.....	37
Tabel 4.3 Asal Universitas	38
Tabel 4.4 Identitas Pekerjaan Responden.....	38
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	39
Tabel 4.6 Deskriptif Desain Produk	39
Tabel 4.7 Deskriptif Citra Merek	40
Tabel 4.8 Deskriptif Kemajuan Teknologi.....	41
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	43
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas	45
Tabel 4.12 Hasil Reliabilitas Variabel Desain Produk (X1)	46
Tabel 4.13 Hasil Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2).....	46
Tabel 4.14 Hasil Reliabilitas Variabel Kemajuan Teknologi (X3)	47
Tabel 4.15 Hasil Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	47
Tabel 4.16 Hasil Uji Kolmogorov - Smirnov	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	51
Tabel 4.19 Hasil Uji T	52
Tabel 4.20 Hasil Uji F	53
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung E – Commerce Terbesar Indonesia	2
Gambar 1.2 Skintific menjadi Skincare terviral pada tahun 2023.....	3
Gambar 1.3 Nilai Penjualan Skintific Q1 Tahun 2024.....	4
Gambar 1.4 Jumlah Penjualan Skintific Pada Online Store	5
Gambar 1.5 Hasil Review <i>Costumer</i> terhadap desain produk skintific.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1 Bell Shaped Curve	48
Gambar 4.2 Probability Plot Standardized	48
Gambar 4.3 Hasil Uji Scatterplot	50

DAFTAR RUMUS

Gambar 3.1 Rumus Slovin	26
Gambar 3.2 Regresi Linear Berganda.....	31