

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI PADA APLIKASI BUKALAPAK DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Donald Rinaldy
180910298**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI PADA APLIKASI BUKALAPAK DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Donald Rinaldy
180910298**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Donald Rinaldy

NPM : 180910298

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Bukalapak Di Kota 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, 24 Januari 2025



Donald Rinaldy
180910298

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN
KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI PADA APLIKASI BUKALAPAK DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
Donald Rinaldy
180910298**

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

Batam, 24 Januari 2025

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nora Pitri Nainggolan', is written over the printed name.

**Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh citra merek, kepercayaan konsumen, dan kualitas produk terhadap minat beli pengguna aplikasi Bukalapak di Kota Batam. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini memanfaatkan metode analisis deskriptif untuk memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut. Populasi yang diteliti adalah pengguna aplikasi Bukalapak di Batam yang telah melakukan transaksi atau memiliki niat untuk membeli produk melalui aplikasi tersebut. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus *Lamshow*, yang menghasilkan 100 responden yang dipilih secara *purposive sampling*. Data dianalisis melalui pengujian kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek memberikan pengaruh positif terhadap minat beli dengan kontribusi sebesar 21,6%, kepercayaan konsumen memberikan pengaruh sebesar 26,1%, dan kualitas produk memiliki kontribusi sebesar 22,1%. Nilai koefisien determinasi (R^2) mengindikasikan bahwa 74,2% perubahan dalam minat beli dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, kepercayaan konsumen, dan kualitas produk. Temuan ini diperkuat dengan hasil uji t dan uji F yang menunjukkan bahwa citra merek, kepercayaan konsumen, dan kualitas produk secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

This study aims to explore the influence of brand image, consumer trust, and product quality on the purchase intention of Bukalapak application users in Batam City. Using a quantitative approach, this study utilizes a descriptive analysis method to understand the relationship between these variables. The population studied were Bukalapak application users in Batam who had made transactions or had the intention to purchase products through the application. The sample of this study was determined using the Lameshow formula, which resulted in 100 respondents selected by purposive sampling. Data were analyzed through data quality testing, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests. The results showed that brand image had a positive influence on purchase intention with a contribution of 21.6%, consumer trust had an influence of 26.1%, and product quality had a contribution of 22.1%. The coefficient of determination (R^2) value indicated that 74.2% of changes in purchase intention could be explained by the variables of brand image, consumer trust, and product quality. This finding is reinforced by the results of the t-test and F-test which showed that brand image, consumer trust, and product quality simultaneously and partially had a significant positive influence on purchase intention.

Keywords: *Brand Image, Consumer Trust, Product Quality, Purchase Interest.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis 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. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 24 Januari 2025



Donald Rinaldy



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR RUMUS.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Secara Teoritis	10
1.6.2 Secara Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Citra Merek.....	13
2.1.1.1 Pengertian Citra Merek.....	13
2.1.1.2 Faktor Citra Merek	14
2.1.1.3 Indikator Citra Merek	15
2.1.2 Kepercayaan Konsumen	17
2.1.2.1 Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	17
2.1.2.2 Faktor Kepercayaan Konsumen.....	18
2.1.2.3 Indikator Kepercayaan Konsumen	20
2.1.3 Kualitas Produk	21
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	21
2.1.3.2 Tingkatan Kualitas Produk	22
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	25
2.1.4 Minat Beli	26
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli	26
2.1.4.2 Faktor Minat Beli.....	27
2.1.4.3 Indikator Minat Beli	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran	35
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	35
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli.....	36
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	36
2.4 Hipotesis	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	39
3.2	Sifat Penelitian.....	39
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	40
3.3.1	Lokasi Penelitian	40
3.3.2	Periode Penelitian	40
3.4	Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1	Populasi	41
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel	41
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	42
3.5	Sumber Data	43
3.6	Metode Pengumpulan Data	44
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	46
3.7.1	Variabel Independen (X)	46
3.7.2	Variabel Dependen (Y).....	46
3.8	Metode Analisis Data	47
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif.....	47
3.8.2	Uji Kualitas Data	49
3.8.2.1	Uji Validitas.....	49
3.8.2.2	Uji Reliabilitas	50
3.8.3	Uji Asumsi Klasik	51
3.8.3.1	Uji Normalitas	51
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas.....	52
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.8.4	Uji Pengaruh	54
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	55
3.9	Uji Hipotesis	56
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	56
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F.....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	60
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan	62
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	63
4.3.1	Deskriptif Citra Merek (X1)	63
4.3.2	Deskriptif Kepercayaan Konsumen (X2)	64
4.3.3	Deskriptif Kualitas Produk (X3).....	65
4.3.4	Deskriptif Minat Beli (Y)	66
4.4	Analisis Data.....	67
4.4.1	Uji Kualitas Data	67
4.4.1.1	Uji Validitas.....	67
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	71
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	72

4.4.2.1 Uji Normalitas	72
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	75
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	75
4.4.3 Uji Pengaruh	77
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda	77
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	78
4.5 Pengujian Hipotesis	79
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	79
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	81
4.6 Pembahasan	82
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	82
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli	83
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	84
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	85
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	88
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	91
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Keluhan Pengguna Bukalapak	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	72
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	73
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	76

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Top Brand Index</i> Situs Jual Beli <i>Online</i>	3
Tabel 1.2 Survei Kualitas Produk <i>E-Commerce</i> Indonesia 2022	5
Tabel 1.3 Jumlah Pengunjung Bukalapak	7
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	40
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner	45
Tabel 3.3 Operasional Variabel	47
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala	48
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Menggunakan	62
Tabel 4.5 Rentang Skala	63
Tabel 4.6 Deskriptif Citra Merek.....	63
Tabel 4.7 Deskriptif Kepercayaan Konsumen.....	65
Tabel 4.8 Deskriptif Kualitas Produk	66
Tabel 4.9 Deskriptif Minat Beli.....	67
Tabel 4.10 Uji Validitas Citra Merek (X1).....	68
Tabel 4.11 Uji Validitas Kepercayaan Konsumen (X2)	68
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk (X3).....	69
Tabel 4.13 Uji Validitas Minat Beli (Y)	70
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	74
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	78
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial)	80
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan)	81

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Lameshow</i>	42
Rumus 3.2 Rentang Skala.....	48
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	49
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	51
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda.....	54
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi.....	56
Rumus 3.7 Uji t.....	57
Rumus 3.8 Uji f.....	58