

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA
DIKOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Ricky Wiryanto
210910005**

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

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana



**Oleh:
Ricky Wiryanto
210910005**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ricky Wiryanto
NPM : 210910005
Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia 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, 15 Januari 2025



Ricky Wiryanto
NPM 210910005

**PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TOKOPEDIA
DI KOTA BATAM**

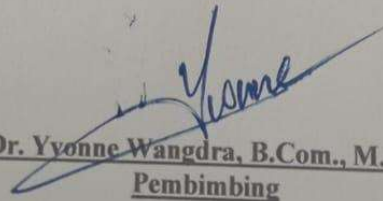
SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana

Oleh
Ricky Wiryanto
210910005

Telah disetujui oleh
pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini

Batam, 15 Januari 2025


Dr. Yvonne Wangdra, B.Com., M.Com.
Pembimbing



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh promosi, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada marketplace Tokopedia di kota Batam. Seiring dengan meningkatnya popularitas e-commerce, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menjadi semakin penting bagi pelaku bisnis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengguna Tokopedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi, kualitas produk, dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi yang wajar dan sesuai dengan kualitas produk yang diterima serta citra merek yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen dalam melakukan pembelian di Tokopedia. Penelitian ini memberikan wawasan bagi pelaku bisnis untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dalam menarik dan mempertahankan konsumen di marketplace.

Kata Kunci :Promosi, kualitas produk, citra merek, keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of promotion, product quality, and brand image on purchasing decisions online on the Tokopedia marketplace. With the increasing popularity of e-commerce, understanding the factors influencing purchasing decisions is becoming more crucial for business actors. This research uses a quantitative method by collecting data through questionnaires distributed to Tokopedia users. The results show that promotion, product quality, and brand image significantly influence purchasing decisions. Fair promotion and quality products, along with a positive brand image, can enhance consumer trust and interest in purchasing on Tokopedia. This study provides insights for business actors to design more effective marketing strategies to attract and retain consumers in the marketplace.

Keywords : promotion, product quality, brand image, purchasing decisions,

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh promosi, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Tokopedia di Kota Batam". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama penyusunan skripsi ini, antara lain:

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 Universitas Putera Batam;
 3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku PJS Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
 4. Ibu Dr. Yvonne, B.Com., M.Com., selaku pembimbing skripsi pada program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
 5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Putera Batam yang telah memberikan masukan dan pengetahuan kepada penulis;
- Semoga Tuhan melimpahkan berkat dan anugerah-Nya kepada semua orang yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Batam, 15 Januari 2025



Ricky Wiryanto



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Rumusan Masalah	16
1.5. Tujuan Penelitian.....	16
1.6. Manfaat Penelitian.....	17
1.6.1. Manfaat Teoritis	17
1.6.2. Manfaat Praktis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1. Keputusan Pembelian (Y).....	20
2.1.1. Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.1.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	20
2.1.3. Indikator Keputusan Pembelian	21
2.1.4. Karakteristik Keputusan Pembelian	23
2.1.5. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	25
2.2 Promosi (X1).....	28
2.2.1. Pengertian Promosi.....	28
2.2.2. Faktor Promosi	30
2.2.3. Indikator Promosi.....	32
2.2.5. Karakteristik Promosi	34
2.3. Kualitas Produk (X2).....	36
2.3.1. Pengetian Kualitas Produk.....	36
2.3.2. Faktor Kualitas Produk	38
2.3.3. Dimensi-Dimensi Kualitas Produk.....	40
2.3.4. Karakteristik Kualitas Produk	42
2.4. Citra Merek (X3).....	44
2.4.1. Pengertian Citra Merek.....	44
2.4.2. Komponen-Komponen Citra Merek.....	46
2.4.3. Indikator-Indikator Citra Merek.....	48

2.4.4.	Karakteristik Citra Merek	50
2.5.	Teori	51
2.5.1.	Model AIDA	51
2.5.2	Hirarki.....	55
2.5.3	Integrated Marketing Communication (IMC).....	56
2.5.4.	Kajian Teori	57
2.6.	Penelitian Terdahulu.....	61
2.7.	Kerangka Pemikiran	63
2.7.1.	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.....	64
2.7.2.	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	67
2.7.3.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	70
2.8	Hipotesis Penelitian	73
BAB III METODE PENELITIAN		74
3.1	Jenis Penelitian	74
3.2	Sifat Penelitian	75
3.2.1	Lokasi Penelitian	75
3.3	Populasi dan Sampel.....	76
3.3.1	Populasi.....	76
3.3.2	Sampel	77
3.3.3	Teknik Sampling	80
3.4	Sumber Data.....	82
3.5	Metode Pengumpulan Data.....	82
3.6	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	84
3.7	Metode Analisa Data	85
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	85
3.7.2	Uji Kualitas Data	85
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	87
3.8	Uji Pengaruh	90
3.9	Uji Hipotesis.....	92
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		95
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	95
4.2.	Deskripsi Data Respondens	96
4.3.	Deskripsi Jawaban Respondens	97
4.3.1.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Promosi(X1)	98
4.3.2.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk (X1)	99
4.3.3.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Citra Merek (X3)	100
4.3.4.	Deskripsi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	101
4.4.	Analisis Data	102
4.4.1.	Hasil Uji Kualitas Data.....	102
4.4.2.	Hasil Uji Asumsi Klasik	104
4.4.4.	Pengujian Hipotesis	116
4.4.4.1	Uji T (Uji Parsial).....	116
4.4.4.2.	Uji F(Simultan).....	119
4.5.	Pembahasan.....	121
4.5.1.	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	121

4.5.2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	123
4.5.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	124
4.5.4. Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	125
4.6. Implikasi Hasil Penelitian	126
4.6.1. Implikasi Teoritis	126
4.6.2. Implikasi Praktis.....	126
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1. Simpulan	128
5.2. Saran.....	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	72
Gambar 4.1 Logo Tokopedia.....	95
Gambar 4.2 Histogram.....	104
Gambar 4.3 <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	105
Gambar 4.4 <i>Scatterplot</i>	110

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Pengunjung Situs E-commerce di Indonesia	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	61
Tabel 3.1 Periode Penelitian	755
Tabel 3.2 Jumlah Penduduk di Batam Tahun 2024	77
Tabel 3.3 Skala Likert	83
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel.....	84
Tabel 4.1 Respondens berdasarkan dari jumlah pengguna aktif Tokopedia	97
Tabel 4.2 Deskripsi Promosi (X1).....	98
Tabel 4.3 Deskripsi Kualitas Produk (X2)	99
Tabel 4.4 Deskripsi Citra Merek (X3)	100
Tabel 4.5 Deskripsi Keputusan Pembelian (Y)	101
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	102
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas	103
Tabel 4.8 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	106
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinaritas	109
Tabel 4.10 Uji Koefisien Determinasi.....	113
Tabel 4.11 Hasil Uji t.....	116
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	119

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1.....86

Rumus 3.2.....90

Rumus 3.3.....92

Rumus 3.4.....93