

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, DESAIN PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PELANGGAN TOKOPEDIA DI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh
Septina Sari Br Keliat
180910341**

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

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, DESAIN PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PELANGGAN TOKOPEDIA DI BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Septina Sari Br Keliat
180910341**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Septina Sari Br Keliat
NPM : 180910341
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH *BRAND IMAGE*, DESAIN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN TOKOPEDIA DI BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan 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 skripsi 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, 18 Juli 2025


Septina Sari Br Keliat
180910341



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, DESAIN PRODUK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI
PELANGGAN TOKOPEDIA DI BATAM**

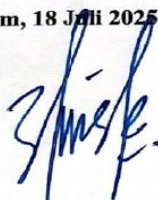
SKRIPSI

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

**Oleh
Septina Sari Br Keliat
180910341**

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

Batam, 18 Juli 2025



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



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh *brand image*, desain produk dan kualitas produk terhadap minat beli pelanggan Tokopedia di Batam. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitiannya adalah pengguna aplikasi Tokopedia di Kota Batam pada tahun 2024, meskipun belum diketahui jumlah pastinya. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan rumus *Lamshow* sehingga diperoleh 100 responden yang dipilih melalui *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi linier berganda untuk menguji kualitas data, asumsi klasik, pengaruh dan hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa *brand image* memberikan kontribusi sebesar 36,2% terhadap minat beli. Desain produk memberikan kontribusi sebesar 18,1% terhadap minat beli. Kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 29,0% terhadap minat beli. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa *brand image*, desain produk dan kualitas produk secara keseluruhan dapat menjelaskan 72,3% variasi minat beli. Uji t dan uji F menunjukkan bahwa *brand image*, desain produk dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan baik secara individu maupun bersama-sama terhadap minat beli pelanggan Tokopedia di Batam.

Kata Kunci: *Brand image*, Desain Produk, Kualitas Produk, Minat Beli.

ABSTRACT

This research aims to evaluate the influence of brand image, product design and product quality on the buying interest of Tokopedia customers in Batam. The research method used is descriptive with a quantitative approach. The research population includes Tokopedia application users in Batam City in 2024, although the exact number is unknown. The research sample was taken using the Lameshow formula, resulting in 100 respondents selected through purposive sampling. Data analysis was carried out using multiple linear regression techniques to test data quality, classical assumptions, influences and hypotheses. The analysis results show that brand image contributes 36.2% to purchasing interest. Product design contributes 18.1% to purchasing interest. Product quality contributes 29.0% to purchasing interest. The coefficient of determination (R^2) reveals that brand image, product design and overall product quality can explain 72.3% of the variation in purchasing interest. The t test and F test show that brand image, product design and product quality have a positive and significant influence, both individually and together, on the buying interest of Tokopedia customers in Batam.

Keywords: *Brand Image, Buying Interest, Product Design, Product Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada 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. 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
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Ibu Nora Pitri Nainggolan, S.E., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan, masukan, ilmu, dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Seluruh keluarga terutama orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa;
7. Perusahaan yang turut membantu dalam memberikan data yang dibutuhkan penulis untuk penyusunan skripsi ini;
8. Untuk suami dan teman saya yang ikut membantu, mendukung serta menyemangati saya.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karunia-Nya, Amin.

Batam, 18 Juli 2025



Septina Sari Br. Keliat
NPM. 180910341



DAFTAR ISI

	Halaman
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 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	12
2.1.1 <i>Brand Image</i>	12
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	12
2.1.1.2 Faktor <i>Brand Image</i>	13
2.1.1.3 Aspek <i>Brand Image</i>	13
2.1.1.4 Indikator <i>Brand Image</i>	14
2.1.2 Desain Produk	14
2.1.2.1 Pengertian Desain Produk	14
2.1.2.2 Fungsi Desain Produk	15
2.1.2.3 Proses Pengembangan Desain Produk	16
2.1.2.4 Indikator Desain Produk	16
2.1.3 Kualitas Produk	17
2.1.3.1 Pengertian Kualitas Produk	17
2.1.3.2 Tujuan Kualitas Produk	18
2.1.3.3 Tingkatan Kualitas Produk	18
2.1.3.4 Indikator Kualitas Produk	19
2.1.4 Minat Beli	20
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli	20
2.1.4.2 Faktor Minat Beli	21
2.1.4.3 Aspek Minat Beli	21
2.1.4.4 Indikator Minat Beli	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23

2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.3.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli	25
2.3.2 Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli	25
2.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	26
2.4 Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sifat Penelitian	28
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	28
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.3.2 Periode Penelitian	28
3.4 Populasi dan Sampel	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	30
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	31
3.5 Sumber Data.....	32
3.6 Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	33
3.7.1 Variabel Independen (X)	33
3.7.2 Variabel Dependen (Y).....	33
3.8 Metode Analisis Data	34
3.8.1 Uji Statistik Deskriptif	34
3.8.2 Uji Kualitas Data	35
3.8.2.1 Uji Validitas	35
3.8.2.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.3.1 Uji Normalitas	37
3.8.3.2 Uji Multikolinearitas	38
3.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.8.4 Uji Pengaruh.....	39
3.8.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.9 Uji Hipotesis	40
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	40
3.9.1 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
4.2.1 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.2.2 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
4.2.3 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.2.4 Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian..	44
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	45
4.3.1 Deskriptif <i>Brand Image</i> (X1)	45
4.3.2 Deskriptif Desain Produk (X2).....	46
4.3.3 Deskriptif Kualitas Produk (X3).....	47

4.3.4 Deskriptif Minat Beli (Y)	48
4.4 Analisis Data	49
4.4.1 Uji Kualitas Data	49
4.4.1.1 Uji Validitas	49
4.4.1.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.4.2 Uji Asumsi Klasik	51
4.4.2.1 Uji Normalitas	51
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	53
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas	54
4.4.3 Uji Pengaruh.....	55
4.4.3.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	55
4.4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.5 Pengujian Hipotesis.....	56
4.5.1 Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	56
4.5.2 Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f.....	58
4.6 Pembahasan.....	58
4.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli	58
4.6.2 Pengaruh Desain Produk Terhadap Minat Beli	59
4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	60
4.6.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	61
4.7 Implikasi Hasil Penelitian	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Desain Tampilan Tokopedia.....	4
Gambar 1.2 Bukti Ulasan Tokopedia Terkait Desain Produk	5
Gambar 1.3 Bukti Ulasan Tokopedia Terkait Kualitas Produk.....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	52
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i>	52
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	54

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 <i>E-Commerce</i> Dengan Pengunjung Terbanyak di Indonesia 2023.....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	29
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kuesioner.....	32
Tabel 3.3 Operasional Variabel	33
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	35
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	44
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	45
Tabel 4.6 Deskriptif <i>Brand Image</i>	45
Tabel 4.7 Deskriptif Desain Produk	46
Tabel 4.8 Deskriptif Kualitas Produk.....	47
Tabel 4.9 Deskriptif Minat Beli	48
Tabel 4.10 Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X1).....	49
Tabel 4.11 Uji Validitas Desain Produk (X2)	50
Tabel 4.12 Uji Validitas Kualitas Produk (X3)	50
Tabel 4.13 Uji Validitas Minat Beli (Y).....	50
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	53
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	57
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	58

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus <i>Lamashow</i>	30
Rumus 3.2 Rentang Skala	34
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	36
Rumus 3.4 Regresi Linear Berganda.....	40