

**PENGARUH IKLAN, INOVASI DAN KEMAJUAN
TEKNOLOGI TERHADAP MINAT BELI TIKET
FERRY DI PELABUHAN HARBOUR BAY
KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
M Hafif
210910189**

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

**PENGARUH IKLAN, INOVASI DAN KEMAJUAN
TEKNOLOGI TERHADAP MINAT BELI TIKET
FERRY DI PELABUHAN HARBOUR BAY
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
M Hafif
210910189**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : M Hafif

NPM : 210910189

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Iklan, Inovasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Beli Tiket Ferry Di Pelabuhan Harbour Bay 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, 18 Juli 2025



M Hafif
210910189

**PENGARUH IKLAN, INOVASI DAN KEMAJUAN
TEKNOLOGI TERHADAP MINAT BELI TIKET
FERRY DI PELABUHAN HARBOUR BAY KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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

**Oleh
M Hafif
210910189**

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

Batam, 18 Juli 2025



**Tiurniari Purba, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengidentifikasi pengaruh dari faktor iklan, inovasi, serta kemajuan teknologi terhadap minat masyarakat dalam membeli tiket kapal ferry MV. Putri Anggreni di Pelabuhan Harbour Bay Kota Batam. Metode yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Sasaran responden adalah masyarakat di Kota Batam yang pernah melakukan pembelian tiket ferry dengan besaran 12.664 penumpang yang telah dapat diidentifikasi pada Maret 2025. Pemilihan sampel dilakukan secara *purposive sampling* dengan acuan rumus *Slovin* dan menghasilkan 100 responden. Proses analisis data mencakup uji kualitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, serta uji pengaruh dan uji hipotesis. Hasil dari analisis regresi menunjukkan bahwa variabel iklan berpengaruh sebesar 12,9% terhadap minat beli, inovasi memberikan kontribusi 36,9%, dan kemajuan teknologi memberikan pengaruh sebesar 40,6% terhadap minat beli. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 85,9% menandakan bahwa iklan, inovasi, serta kemajuan teknologi mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam minat beli. Uji t dan uji F membuktikan bahwa pengaruh dari iklan, inovasi, serta kemajuan teknologi bersifat signifikan dan positif, baik secara parsial maupun simultan terhadap minat beli konsumen dalam membeli tiket kapal ferry MV. Putri Anggreni di Pelabuhan Harbour Bay Kota Batam.

Kata kunci: Iklan, Inovasi, Kemajuan Teknologi, Minat Beli.

ABSTRACT

This study was conducted to identify the influence of advertising, innovation, and technological advancement on public interest in purchasing MV Putri Anggreni ferry tickets at Harbour Bay Port, Batam City. The method used in this study is a descriptive quantitative approach. The target respondents were residents in Batam City who had purchased ferry tickets with a total of 12,664 passengers who had been identified in March 2025. The sample selection was carried out by purposive sampling with reference to the Slovin formula and resulted in 100 respondents. The data analysis process included instrument quality testing, classical assumption testing, multiple regression analysis, as well as influence and hypothesis testing. The results of the regression analysis showed that advertising variables had a 12.9% effect on purchasing interest, innovation contributed 36.9%, and technological advancements had an influence of 40.6% on purchasing interest. The coefficient of determination (R^2) value of 85.9% indicates that advertising, innovation, and technological advancements were able to explain most of the variation in purchasing interest. The t-test and F-test demonstrate that advertising, innovation, and technological advancement have a significant and positive effect, both partially and simultaneously, on consumer purchase intention for the MV Putri Anggreni ferry at Harbour Bay Port in Batam City.

Keywords: Advertising, Innovation, Purchase Intention, Technological Advancement.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya 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., CPS. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Ibu Tiurniari Purba, S.E., M.M. 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, 18 Juli 2025



M Hafif



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	9
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 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Iklan	14
2.1.1.1 Pengertian Iklan	14
2.1.1.2 Faktor Iklan	15
2.1.1.3 Sifat Iklan	17
2.1.1.4 Indikator Iklan	19
2.1.2 Inovasi	20
2.1.2.1 Pengertian Inovasi	20
2.1.2.2 Faktor Inovasi	21
2.1.2.3 Konsep Inovasi	23
2.1.2.4 Indikator Inovasi	24
2.1.3 Kemajuan Teknologi	26
2.1.3.1 Pengertian Kemajuan Teknologi	26
2.1.3.2 Faktor Kemajuan Teknologi	27
2.1.3.3 Manfaat Kemajuan Teknologi	29
2.1.3.4 Indikator Kemajuan Teknologi	31
2.1.4 Minat Beli	32
2.1.4.1 Pengertian Minat Beli	32
2.1.4.2 Faktor Minat Beli	33
2.1.4.3 Dimensi Minat Beli	35
2.1.4.4 Indikator Minat Beli	37
2.2 Penelitian Terdahulu	38

2.3	Kerangka Pemikiran	40
2.3.1	Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli	40
2.3.2	Pengaruh Inovasi Terhadap Minat Beli.....	41
2.3.3	Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Beli.....	41
2.4	Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian	44
3.2	Sifat Penelitian	44
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	45
3.3.1	Lokasi Penelitian	45
3.3.2	Periode Penelitian.....	45
3.4	Populasi dan Sampel	46
3.4.1	Populasi	46
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	46
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	48
3.5	Sumber Data	48
3.6	Metode Pengumpulan Data	49
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	51
3.7.1	Variabel Independen (X)	51
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	51
3.8	Metode Analisis Data	53
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	53
3.8.2	Uji Kualitas Data	54
3.8.2.1	Uji Validitas	54
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	55
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	57
3.8.3.1	Uji Normalitas	57
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	58
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	59
3.8.4	Uji Pengaruh.....	59
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	61
3.9	Uji Hipotesis.....	62
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	62
3.9.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden.....	66
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan	68
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	69
4.3.1	Deskriptif Iklan (X1).....	69
4.3.2	Deskriptif Inovasi (X2)	70

4.3.3	Deskriptif Kemajuan Teknologi (X3)	72
4.3.4	Deskriptif Minat Beli (Y)	73
4.4	Analisis Data	74
4.4.1	Uji Kualitas Data	74
4.4.1.1	Uji Validitas	74
4.4.1.2	Uji Reliabilitas	77
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	78
4.4.2.1	Uji Normalitas	78
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	81
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	82
4.4.3	Uji Pengaruh	84
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	85
4.5	Pengujian Hipotesis	86
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t	86
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji F	87
4.6	Pembahasan	88
4.6.1	Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli	88
4.6.2	Pengaruh Inovasi Terhadap Minat Beli	89
4.6.3	Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Beli	90
4.6.4	Pengaruh Iklan, Inovasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Beli	91
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan	94
5.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		96
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Media Iklan MV. Putri Anggreni.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	79
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan Diagram <i>Normal P-P Plot</i>	80
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jadwal Pemberangkatan MV. Putri Anggreni	5
Tabel 1.2 Keluhan Penumpang MV. Putri Anggreni Saat Memesan Tiket	6
Tabel 1.3 Jumlah Penumpang Ferry MV. Putri Anggreni 2024-2025	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusiner.....	51
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	54
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan.....	68
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	69
Tabel 4.6 Deskriptif Iklan.....	69
Tabel 4.7 Deskriptif Inovasi.....	71
Tabel 4.8 Deskriptif Kemajuan Teknologi.....	72
Tabel 4.9 Deskriptif Minat Beli.....	73
Tabel 4.10 Uji Validitas Iklan (X1).....	75
Tabel 4.11 Uji Validitas Inovasi (X2).....	75
Tabel 4.12 Uji Validitas Kemajuan Teknologi (X3)	76
Tabel 4.13 Uji Validitas Minat Beli (Y).....	77
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	78
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	81
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	84
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	85
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	86
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	88

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Slovin</i>	47
Rumus 3.2 Rentang Skala	53
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	55
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	56
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	60
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	61
Rumus 3.7 Uji t	63
Rumus 3.8 Uji f.....	64