

**PENGARUH CITRA MEREK, KEMUDAHAN PENGGUNAAN
DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* DI
BUKALAPAK**

SKRIPSI



Nama : Putri Wahyuni

NIM : 43118210078

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI *ONLINE* DI BUKALAPAK**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas
Mercu Buana Jakarta



Nama : Putri Wahyuni

NIM : 43118210078

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Putri Wahyuni
NIM : 43118210078
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh citra merek, kemudahan penggunaan, dan harga terhadap minat beli online di bukalapak
Tanggal Sidang : 17 Februari 2022

Disahkan oleh :

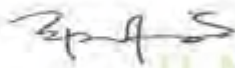
Pembimbing



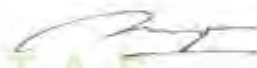
Rizal, S.ST. MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Inaningsih, M.Si.



Dr. H. Sommy Indrajaya, MM

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA.02220986



Please Scan QRCode to Verify

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Wahyuni

NIM : 43118210078

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Bekasi, 21 Januari 2022

Putri Wahyuni
NIM: 43118210078



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kemudahan Penggunaan Dan Harga Terhadap Minat Beli *Online* di Bukalapak”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini. Terima kasih khususnya kepada Bapak Rizal, S.ST, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat selama penyusunan skripsi ini dari awal hingga selesai. Penulis juga berterima kasih banyak kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS selaku Rektor Universitas MercuBuana Jakarta.
2. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Dr. Nur Aisyah F. Pulungan, MM selaku Sekertaris Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus D Cibubur.
5. Staf Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D Cibubur yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu selama mengikuti perkuliahan sampai akhir penulisan skripsi.
6. Kedua Orang Tua tercinta (Ibu Nurhaimah Siregar dan Bapak Muhammad Yusnan Pulungan), yang telah banyak mengorbankan biaya, tenaga, waktu, dan doa restunya bagi kelancaran penulisan skripsi.
7. Adik-adik tersayang (Afni Maysharoh, Hajjah Fatimah, Sultan Al-Fatih) yang banyak memberikan semangat dan doanya dengan tidak henti-henti.

8. Teman yang selalu menemani semasa kuliah Inna Lusiana Taviyani dan Imelda Riskiyah yang sama-sama berjuang, saling membantu, dan saling memberikan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
9. Teman Spesial penulis yang selalu memberikan dukungan dan doanya dalam kelancaran menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman yang sedikit banyak telah berbagi ilmu dan memberikan motivasi dalam kelancaran skripsi ini dari awal hingga selesai.
11. Teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Terima kasih atas bantuan, semangat, serta doanya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya pada penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 18 Juli 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Putri Wahyuni

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. MANAJEMEN PEMASARAN	15
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	15
2. Fungsi Manajemen Pemasaran	16
3. Minat Beli	16
4. Citra Merek.....	20
5. Kemudahan Penggunaan	24
6. Harga	27
7. Penelitian Terdahulu (Mapping).....	31
8. Hubungan Antar Variabel.....	36
9. Hubungan Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	36
10. hubungan kemudahan penggunaan terhadap minat beli.....	37
11. hubungan harga terhadap minat beli.....	38
B. KERANGKA PEMIKIRAN	39
C. PENGEMBANGAN HIPOTESIS	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	41
B. Desain Penelitian	41
C. Definisi dan Operasional Variabel	41
1. Definisi Variabel.....	42
2. Definisi Operasional Variabel	43
D. Skala Pengukuran Variabel	47
E. Populasi Dan Sampel Penelitian.....	48
1. Populasi Penelitian	48
2. Sampel Penelitian	48
F. Metode Pengumpulan Data.....	50
1. Data Primer (<i>Primary Data</i>)	50
2. Data Sekunder (<i>Secondary Data</i>)	51
G. Metode Analisis Data	51
1. Statistik Deskriptif.....	52
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3. Uji Asumsi Klasik	53
4. Uji Kelayakan Model.....	58
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
6. Uji Hipotesis	60

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskripsi	64
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
2. Deskripsi Responden	66
3. Deskripsi Variabel	69
B. Uji Kualitas Data	74
1. Hasil Uji Validitas	74
2. Hasil Uji Realibilitas	77
C. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78
1. Hasil Uji Normalitas	78
2. Hasil Uji Multikolonieritas.....	79

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80
4. Hasil Uji Linearitas.....	82
D. Hasil Uji Kesesuaian Model	83
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83
2. Hasil Uji Statistic F Anova.....	83
F. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	84
G. Pembahasan Hasil Penelitian	86
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli	87
2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli	87
3. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	88
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan	90
B. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	96



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Pengguna Internet di Indonesia.....	2
1.2	Perkembangan E-Commerce di Indonesia.....	3
1.3	Peringkat Bukalapak di Alexa.....	7
1.4	Hasil Prasurvei Konsumen.....	9
4.1	Grafik Normal Probality Plot.....	78
4.2	Gambar 4. 2 Grafik Hasil Uji <i>Scatterplot</i>	82



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Data Penjualan transaksi E-commerce Bukalapak di Indonesia.....	7
2.1.	Ringkasan Penelitian Terdahulu	31
3.1.	Operasional Variabel.....	43
3.2.	Instrument Skala Likert.....	48
4.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
4.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	67
4.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	68
4.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendapatan.....	69
4.5.	Kriteria Interpretasi Skor	70
4.6.	Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	71
4.7.	Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	71
4.8.	Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan Penggunaan	72
4.9.	Hasil Uji Analisis Deskriptif Variabel Harga	73
4.10.	Hasil Uji Analisis Validitas Variabel Minat Beli.....	74
4.11.	Hasil Uji Analisis Validitas Variabel Citra Merek	75
4.12.	Hasil Uji Analisis Validitas Variabel Kemudahan Penggunaan.....	76
4.13.	Hasil Uji Analisis Validitas Variabel Harga	76
4.14.	Hasil Uji Realibilitas	77
4.15.	Hasil Uji Normalitas	79
4.16.	Hasil Uji Multikolonieritas	80
4.17.	Hasil Uji Gletser.....	81
4.18.	Hasil Uji Linearitas	82
4.19.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	83
4.20.	Hasil Uji Statistik F Anova	84
4.21.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	84
4.22.	Hasil Uji Hipotesis	85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuisisioner Prasurvei.....	96
2	Kuisisioner Penelitian.....	97
3	Hasil Kuisisioner.....	103
4	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	113
5	Hasil Uji Validitas.....	116
6	Hasil Uji Reliabilitas.....	120
7	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	121
8	Hasil Uji Kesesuaian Model.....	125
9	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	125
10	Hasil Uji Hipotesis.....	126
11	R Tabel.....	126
12	F Tabel.....	127
13	T Tabel.....	127



UNIVERSITAS
MERCU BUANA