

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI  
PELANGGAN, PEMASARAN DIGITAL TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK *SOFTWARE VEEAM DATA  
PROTECTION***

**SKRIPSI**



**Nama : Kinanta Ofelia Kurniawan**

**NIM : 43118110207**

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

**2022**

## SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kinanta Ofelia Kurniawan

NIM : 43118110207

Program Studi : Manajemen S1

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 dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (Penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 29 November 2022



Kinanta Ofelia Kurniawan

NIM. 43118110207

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Kinanta Ofelia Kurniawan  
NIM : 43118110207  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI  
PELANGGAN, PEMASARAN DIGITAL TERHADAP  
MINAT BELI PRODUK SOFTWARE VEEAM DATA  
PROTECTION  
Tanggal Sidang : 10 November 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yanto Ramli, MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

Ketua Program Studi S1



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA  
11221879



Please Scan  
QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK, NILAI PELANGGAN, PEMASARAN DIGITAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK SOFTWARE VEEAM DATA PROTECTION**” Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Yanto Ramli, MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.

5. Kedua Orang Tua yang sangat penulis cintai dan sayangi yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
6. Relawan dan sahabat tersayang yang tidak bisa disebutkan satu-persatu selalu memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Terakhir kepada pembaca yang menyempatkan membaca tulisan ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan masukan yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan peneliti selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Terima kasih

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb**

Jakarta, 16 Desember 2022

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTARCT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Kontribusi Penelitian .....	13
1. Kontribusi Praktis .....	13
2. Kontribusi Teoritis .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>15</b>
<b>A. Kajian Pustaka.....</b>	<b>15</b>
1. Manajemen Pemasaran .....	15
2. Kualitas Produk .....	16
a. Pengertian Kualitas Produk.....	16
b. Tujuan Kualitas Produk .....	17
c. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kualitas Produk.....	17
d. Dimensi dan Indikator Kualitas Produk .....	21
3. Nilai Pelanggan.....	22
a. Pengertian Nilai Pelanggan .....	22
b. Tujuan dari Nilai Pelanggan .....	23
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Pelanggan.....	23

d. Dimensi dan Indikator Nilai Pelanggan .....	24
4. Pemasaran Digital .....	24
a. Pengertian Pemasaran Digital .....	24
b. Tujuan dari Pemasaran Digital .....	25
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pemasaran Digital .....	26
d. Dimensi dan Indikator Pemasaran Digital .....	27
5. Minat Beli .....	28
a. Pengertian Minat Beli .....	28
b. Tujuan dari Minat Beli .....	28
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli .....	29
d. Dimensi dan Indikator minat beli .....	29
6. Penelitian Terdahulu .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	43
B. Desain Penelitian .....	43
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	44
1. Definisi Variabel .....	44
2. Operasionalisasi Variabel .....	45
D. Skala Pengukuran Variabel .....	48
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	49
a. Populasi .....	49
b. Sampel .....	50
F. Metode Pengumpulan Data .....	51
G. Metode Analisis Data .....	51
1. Analisis Deskriptif .....	51
2. Uji Instrumen .....	53
3. Analisis Partial Least Square .....	53
a. Pengertian SEM-PLS .....	53
b. Menguji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	54
c. Menguji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	56

<b>BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Statistik Deskriptif.....	60
1. Deskripsi Responden .....	60
2. Deskripsi Variabel .....	64
C. Uji Instrumen.....	69
D. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	70
1. Uji Validitas ( <i>Outer Model</i> ) .....	70
a. <i>Convergent Validity</i> .....	71
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	78
2. Uji Realibilitas ( <i>Inner Model</i> ) .....	83
a. Nilai R-Square ( $R^2$ ).....	83
b. $f^2$ Effect Size.....	84
c. Q-Square (Goodness of Fit Model).....	85
d. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur).....	86
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	87
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli .....	88
2. Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Minat Beli .....	89
3. Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Minat Beli .....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
A. Kesimpulan .....	91
B. Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>99</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Bagan Keterkaitan antara Sistem Informasi dan Bisnis .....	3
Gambar 1. 2 Quadrant for Backup and Recovery Software Solutions .....	5
Gambar 1. 3 Grafik Penjualan Veeam <i>Software</i> di PT. Berca Hardayaperkasa .....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran .....	42
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	72
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS Modifikasi .....	76
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping .....	87



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-survei end user company dari PT. Berca Hardayaperkasa.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	46
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden .....	60
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	61
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden .....	61
Tabel 4. 4 Pendapatan Per Bulan Responden .....	62
Tabel 4. 5 Pengeluaran Per Bulan Responden .....	63
Tabel 4. 6 Hasil Deskriptif Variabel Kualitas Produk .....	64
Tabel 4. 7 Hasil Deskriptif Variabel Nilai Pelanggan.....	65
Tabel 4. 8 Hasil Deskriptif Variabel Pemasaran Digital.....	67
Tabel 4. 9 Hasil Deskriptif Variabel Minat Beli .....	68
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	73
Tabel 4. 11 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) Model Awal.....	75
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Convergent Validity Model Modifikasi .....	77
Tabel 4. 13 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) Model Modifikasi.....	78
Tabel 4. 14 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	79
Tabel 4. 15 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) Model Modifikasi.....	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	83
Tabel 4. 18 Hasil Uji Nilai R-Square (R <sup>2</sup> ).....	84
Tabel 4. 19 Hasil Uji f <sup>2</sup> Effect Size .....	84
Tabel 4. 20 Hasil Uji Q-Square.....	85
Tabel 4. 21 Hasil Pengujian Hipotesis .....	86

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pra Survei .....	99
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian .....	100
Lampiran 3 Hasil Output SPSS.....	105
Lampiran 4 Hasil Output PLS.....	111

