

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI CUKIZU  
*FURNITURE***

**SKRIPSI**



**NAMA: ZELIKA ZALIANI**

**NIM: 43118110173**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

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

**2023**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI CUKIZU  
*FURNITURE***

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



Oleh:

**NAMA: ZELIKA ZALIANI**

**NIM: 43118110173**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

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

**2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zelika Zaliani

NIM : 43118110173

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencatatkan 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.

Jakarta, 07 Agustus 2023



Zelika Zaliani

43118110173

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Zelika Zalianti  
NIM : 43118110173  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Cukizu Furniture)  
Tanggal Sidang : 27 September 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Sri Hartono, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

LPTA 10233005



Please Scan QRCode to Verify

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat memulai skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Media Sosial, Kualitas Porduk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Cukizu Furniture”**. Penyusunan laporan penelitian ini merupakan syarat untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis juga menyadari bahwa sebagai manusia biasa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan positif yang membangun untuk perbaikan karya kedepannya.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari arahan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Sri Hartono, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran, waktu, serta pengetahuan dan nasehat- nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dan membimbing untuk menyelesaikan proposal ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku sebagai Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si,Ak, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dudi Permana, Ph.D., Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Eri Marlapa, S.E., MM., Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, khususnya seluruh dosen peminatan Manajemen yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk penulis.

6. Kedua orang tua beserta keluarga yang senantiasa memberi doa, dukungan dan semangat kepada penulis.

7. Untuk teman-temanku Ayu, Anita dan Mery seperjuangan yang juga membantu penulis selama proses pembuatan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan serta masukkan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini.



Jakarta, 07 Agustus 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Zelika Zaliani

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</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 Penelitian .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Kontribusi Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Perilaku Konsumen .....	9
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	9
b. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	10
2. Minat Beli.....	11
a. Pengertian Minat Beli .....	11
b. Dimensi Minat Beli.....	12
c. Aspek-aspek Minat Beli.....	14
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	14
3. Media Sosial .....	15
a. Pengertian Media Sosial .....	15
b. Karakteristik Media Sosial.....	15
c. Fungsi Media Sosial.....	17
4. Kualitas Produk .....	18
a. Pengertian Kualitas Produk .....	18

b.	Indikator Kualitas Produk.....	19
c.	Dimensi Kualitas Produk.....	19
5.	Citra Merek.....	21
a.	Pengertian Citra Merek.....	21
b.	Manfaat Citra Merek.....	21
c.	Indikator Citra Merek.....	22
d.	Dimensi Citra Merek.....	23
6.	Penelitian-penelitian Terdahulu.....	24
B.	Pengembangan Hipotesis.....	30
1.	Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen.....	30
2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	31
3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen.....	31
C.	Kerangka Konseptual dan Hipotesis.....	32
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	33
1.	Waktu Penelitian.....	33
2.	Tempat Penelitian.....	33
B.	Desain Penelitian.....	33
C.	Definisi dan Operasional Variabel.....	34
1.	Definisi Variabel.....	34
2.	Operasional Variabel.....	35
D.	Skala Pengukuran.....	37
E.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	38
1.	Populasi.....	38
2.	Sampel.....	38
F.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
G.	Metode Analisis Data.....	40
1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	40
2.	Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	41
3.	Langkah-Langkah Pengujian Analisis <i>Partial Least Square</i> .....	42



<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
A. Analisis Deskriptif .....	46
1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	46
a. Karakteristik Responden.....	47
B. Hasil Analisis Data.....	49
1. Evaluasi <i>Measurment (Outer Model)</i> .....	49
a. Hasil Pengujian Convergent Validity .....	49
b. Hasil Pengujian Average Variance Extracted.....	52
c. Hasil Pengujian Discriminant Validity .....	53
d. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	55
2. Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	56
a. Hasil Pengujian R-Square.....	56
b. Nilai Predictive Relevance (Q Square).....	57
c. Evaluasi Model Fit.....	58
d. Hasil Pengujian Hipotesis.....	58
C. Pembahasan Hasil Penelitian .....	61
1. Media Sosial terhadap Minat Beli .....	61
2. Kualitas Produk terhadap Minat Beli .....	62
3. Citra Merek terhadap Minat Beli.....	63
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
A. Simpulan .....	64
B. Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>71</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Perusahaan Yang Bergerak Di Bidang <i>Furniture</i> .....	2
Tabel 1. 2 Hasil <i>Pra Survey</i> Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli di Cukizu <i>Furniture</i> .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Media Sosial .....	36
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Kualitas Produk.....	36
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Citra Merek .....	36
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Minat Beli .....	37
Tabel 3. 5 Tingkatan Jawaban dengan Skala Likert .....	37
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden.....	47
Tabel 4. 2 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i> .....	50
Tabel 4. 3 Hasil Nilai <i>Loading Factor</i> Modifikasi .....	51
Tabel 4. 4 Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	52
Tabel 4. 5 Uji <i>Fornell Lacker Criterion</i> .....	53
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ) .....	54
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	55
Tabel 4. 8 Hasil <i>R-Square</i> .....	56
Tabel 4. 9 Hasil Nilai <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ) .....	57
Tabel 4. 10 Hasil Evaluasi Model Fit.....	58
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis .....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Cukizu Furniture Tahun 2022.....	3
Gambar 1. 2 Data Perbandingan Jumlah <i>Followers</i> Akun Instagram Cukizu Furniture.....	4
Gambar 1. 3 Instagram dan Facebook Cukizu <i>Furniture</i> .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 4. 1 PLS Algoritma.....	50
Gambar 4. 2 PLS Algoritma Modifikasi.....	51
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Boostrapping</i> .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	71
Lampiran 2 Tabulasi Karakteristik Responden.....	75
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden.....	80
Lampiran 4 Output PLS ( <i>Outer Model</i> ).....	91
Lampiran 5 Output PLS ( <i>Inner Model</i> ).....	93

