

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, IKLAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI E-COMMERCE**

SKRIPSI



Nama : Praditha Septiarini

Nim : 43119110314

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2024

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, IKLAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI E-COMMERCE**

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



U Nama V E : Praditha Septiarini

Nim : 43119110314

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

2024

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Praditha Septiarini

Nim : 43119110314

Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis / 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 dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan Tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Mei 2023



Praditha Septiarini

43119110314

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Praditha Septiarini
NIM : 43119110314
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, IKLAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP MINAT BELI DI E-COMMERCE
Tanggal Sidang : 4 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E., M.M., Ph.D

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04243866



Please Scan QRCode to Verify

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan iklan media sosial terhadap minat beli pada *e-commerce* untuk meningkatkan minat beli konsumen pada produk di *e-commerce* Shopee. Metode penelitian ini adalah penelitian kausal dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda. Populasi penelitian ini adalah orang yang mengetahui produk di *e-commerce* Shopee yang ada di Indonesia. Dengan sampel penelitian sebanyak 90 responden dengan metode *Convenience Sampling*. Hasil penelitian ini adalah Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen di *e-commerce* (Shopee), dan juga Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen di *e-commerce* (Shopee), serta Iklan Media Sosial juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen di *e-commerce* (Shopee). Selain itu kualitas produk, harga, iklan media sosial juga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen di *e-commerce* (Shopee).

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Iklan Media Sosial dan Minat Beli.



ABSTRACT

This study aims to test the effect of product quality, price and social media advertising on purchase intention in e-commerce to increase consumer buying interest in products in e-commerce Shopee. This research method is causal research with a quantitative approach using multiple regression analysis. The population of this study are people who know products in e-commerce Shopee in Indonesia. With a research sample of 90 respondents with the Convenience Sampling method. The results of this study are that product quality has a partial significant effect on consumer buying interest in e-commerce (Shopee), and also price has a partial significant effect on consumer buying interest in e-commerce (Shopee), and Social Media Advertising also has a partial significant effect on consumer buying interest in e-commerce (Shopee). Besides that, product quality, price, social media advertising also have a significant effect simultaneously on consumer buying interest in e-commerce (Shopee).

Keywords: Product Quality, Price, Social Media Advertising and Purchase Intention.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph. D selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, arahan, pelajaran, dan waktu yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Dan berbagai pihak, cukup sulit bagi saya untuk menyelesaikan Skripsi ini. Oleh sebab itu saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph. D. selaku Ketua Program Studi Strata Satu Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu buana yang telah mendidik penulis sampai akhir penulisan tugas akhir ini. Semoga ilmu yang telah diberikan dapat penulis implementasikan dengan baik dalam kehidupan.

5. Orang tua tercinta Bapak Mundirin, Ibu Istiwahdiyati yang telah memberikan banyak motivasi, semangat, kasih sayang, dan doa sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan.
6. Kepada kak Arin Dwitya dan kak Rizkianto, S. Kom terimakasih atas segala kebaikan dan semangatnya telah membantu dan memberikan segala informasi dalam penulisan tugas akhir ini.
7. Support sistem penulis Annisa Putri Andini, dan Della Andrea atas segala dukungan, semangat, dan kebaikan yang telah diberikan untuk penulis.
8. Semua pihak yang telah mendukung skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah ikhlas memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.
9. Dan terakhir untuk diri saya sendiri terimakasih sudah berjuang sampai sejauh ini semoga segala ilmu dan pelajaran yang didapat semasa kuliah dapat menjadi bekal untuk masa depan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan guna kesempurnaan dan pembelajaran dikemudian hari. Akhirnya semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi pembaca pada umumnya, Aamiin.

Jakarta, 27 Mei 2023

(Praditha Septiarini)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah	7
C. Tujuan Dan Kontribusi Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.2 Kualitas Produk.....	11
2.1.3 Harga.....	12
2.1.4 Iklan	14
2.1.5 Media Sosial	16
2.1.6 Iklan Media Sosial	17
2.1.7 <i>E-Commerce</i>	17
2.1.8 Minat Beli Konsumen.....	18
2.1.9 Peneliti Terdahulu.....	19
B. Pengembangan Hipotesis	23
2.2.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	23

2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli	23
2.2.3 Pengaruh Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli.....	24
2.2.4 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan Media Sosial Secara Simultan Terhadap Minat Beli	25
C. Model Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	27
B. Desain Penelitian.....	27
C. Definisi Dan Operasional Variabel	28
3.3.1 Definisi Variabel.....	28
3.3.2 Operasional Variabel	29
D. Skala Pengukuran.....	34
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	35
3.5.1 Populasi Penelitian.....	35
3.5.2 Sampel Penelitian	35
F. Metode Pengumpulan Data.....	35
G. Metode Analisis Data	36
3.7.1 Analisis Deskriptif	36
3.7.2 Uji Instrumen.....	36
3.7.3 Analisis <i>Statistical Product And Service Solutions</i> (SPSS).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Analisis Deskriptif	39
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	39
4.1.2 Deskriptif Responden	41
4.1.3 Deskriptif Variabel	44
B. Uji Instrumen	64
4.2.1 Uji Validitas.....	64
4.2.2 Uji Reliabilitas	65
C. Analisis <i>Statistical Product And Service Solutions</i> (SPSS).....	66
4.3.1 Uji t.....	66
4.3.2 Uji F	67

D. Pembahasan Hasil Penelitian	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	70
A. Simpulan	70
B. Saran.....	71
5.2.1 Saran Praktis	71
5.2.2 Saran Akademis	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	79



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Table 1. 1 Data Pengunjung e-commerce.....	1
Table 1. 2 Tabel Pra-survei.....	6
Table 2. 1 Peneliti Terdahulu.....	22
Table 3. 1 Operasional Variabel Kualitas Produk.....	30
Table 3. 2 Operasional Variabel Harga.....	31
Table 3. 3 Operasional Variabel Iklan Media Sosial.....	32
Table 3. 4 Operasional Variabel Minat Beli.....	33
Table 4. 1 Jenis Kelamin.....	41
Table 4. 2 Usia.....	43
Table 4. 3 Penghasilan.....	43
Table 4. 4 Pernyataan Kualitas Produk 1.....	44
Table 4. 5 Pernyataan Kualitas Produk 2.....	45
Table 4. 6 Pernyataan Kualitas Produk 3.....	45
Table 4. 7 Pernyataan Kualitas Produk 4.....	46
Table 4. 8 Pernyataan Kualitas Produk 5.....	47
Table 4. 9 Hasil Deskripsi Jawaban Kualitas Produk.....	48
Table 4. 10 Pernyataan Harga 1.....	49
Table 4. 11 Pernyataan Harga 2.....	49
Table 4. 12 Pernyataan Harga 3.....	50
Table 4. 13 Pernyataan Harga 4.....	51
Table 4. 14 Hasil Deskripsi Jawaban Harga.....	52
Table 4. 15 Pernyataan Iklan Media Sosial 1.....	53
Table 4. 16 Pernyataan Iklan Media Sosial 2.....	53
Table 4. 17 Pernyataan Iklan Media Sosial 3.....	54
Table 4. 18 Pernyataan Iklan Media Sosial 4.....	55
Table 4. 19 Pernyataan Iklan Media Sosial 5.....	55
Table 4. 20 Hasil Deskripsi Jawaban Iklan Media Sosial.....	56
Table 4. 21 Pernyataan Minat Beli 1.....	58
Table 4. 22 Pernyataan Minat Beli 2.....	59

Table 4. 23 Pernyataan Minat Beli 3.....	60
Table 4. 24 Pernyataan Minat Beli 4.....	61
Table 4. 25 Hasil Deskripsi Jawaban Minat Beli.....	62
Table 4. 26 Hasil Uji Validitas.....	64
Table 4. 27 Hasil Uji Reliabilitas.....	65
Table 4. 28 Hasil Uji t.....	67
Table 4. 29 Hasil Uji F.....	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	26
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	79
Lampiran 2 Deskripsi Responden	83
Lampiran 3 Deskripsi Variabel	84
Lampiran 4 Lembar Persetujuan Skripsi.....	93

