

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESADARAN NILAI
DAN PENGALAMAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN
SEPATU MEREK BATA DI SHOPEE**

SKRIPSI



Nama : Lusia Putri Oktavia

NIM : 43119110302

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESADARAN NILAI DAN PENGALAMAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN SEPATU MEREK BATA DI SHOPEE

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana

Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Lusia Putri Oktavia

NIM : 43119110302

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Lusia Putri Oktavia

NIM : 43119110302

Program studi : S1 Manajemen

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

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS Jakarta, 14 Mei 2025
MERCU BUANA



Lusia Putri Oktavia

43119110302

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : LUSIA PUTRI OKTAVIA
NIM : 43119110302
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KESADARAN NILAI DAN PENGALAMAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN SEPATU MEREK BATA DI SHOPEE
Hasil Pengecekan Turnitin : 25%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **25%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk mengajukan sidang tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 07 July 2025
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk pendaftaran sidang Skripsi.

2025/Juli/07/0000000170/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Lusia Putri Oktavia
NIM : 43119110302
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kesadaran Nilai, dan Pengalaman terhadap Minat Pembelian Sepatu Merek Bata di Shopee
Tanggal Sidang : 29 April 2025

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Yuli Harwani, M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



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



Dudi Permana, Ph.D

LPTA-05255061



Scan QR or [click here](#) to
Verification

ABSTRAK

Peningkatan persaingan dalam industri sepatu *online* telah mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih merek tertentu, salah satunya adalah sepatu merek Bata di platform *e-commerce* Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kesadaran nilai, dan pengalaman terhadap minat pembelian sepatu merek Bata di Shopee. Metode penelitian yang digunakan adalah pengambilan sampel *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 155 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara *online* dengan pengukuran menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan *software* SmartPLS 4, yang mencakup analisis *outer model* dan *inner model*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kesadaran nilai tidak berpengaruh terhadap minat pembelian, sedangkan pengalaman memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian sepatu merek Bata. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kualitas produk yang baik, kesadaran akan nilai produk yang ditawarkan, serta pengalaman berbelanja yang positif sangat penting dalam meningkatkan minat pembelian di platform *e-commerce* seperti Shopee.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kesadaran Nilai, Pengalaman, dan Minat Pembelian



ABSTRACT

Increased competition in the online shoe industry has influenced consumer decisions in choosing certain brands, one of which is Bata brand shoes on the Shopee e-commerce platform. This research aims to analyze the influence of product quality, value awareness and experience on interest in purchasing Bata brand shoes on Shopee. The research method used was non-probability sampling with purposive sampling technique, involving 155 respondents. Data was collected through a questionnaire distributed online with measurements using a Likert scale. Data analysis was carried out using SmartPLS 4 software, which includes outer model and inner model analysis. The research results show that product quality and value awareness have no effect on purchase intention, while experience has a positive and significant influence on purchase interest in Bata brand shoes. "These findings show that factors such as good product quality, awareness of the value of the products offered, as well as a positive shopping experience are very important in increasing purchasing interest on e-commerce platforms such as Shopee."

Keywords: *Product Quality, Value Awareness, Experience, and Purchase Intention*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kesadaran Nilai dan Pengalaman Terhadap Minat Pembelian Sepatu Merek Bata di Shopee”**. Skripsi ini merupakan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Dalam penelitian ini penulis menyadari adanya keterbatasan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terimakasih khususnya kepada Ibu Dr. Yuli Harwani, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, motivasi, pengetahuan dan nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama 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 Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Para dosen di FEB Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu dimilikinya untuk diberikan kepada penulis.

5. Bapak dan Ibu di bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan bersedia membantu segala urusan administrasi selama kuliah.
6. Teristimewa kedua orang tua yang telah memberikan doa dan dukungan baik moral maupun material yang tiada henti kepada penulis serta memberi semangat dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Jakarta, 29 April 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Lusia Putri Oktavia
43119110302

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR HASIL PENGECEKAN PLAGIASI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kontribusi Penelitian	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
A. Kajian Pustaka	14
1. Manajemen Pemasaran.....	14
2. Teori Perilaku Konsumen.....	15
3. <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	15
4. Minat Beli.....	16
5. Kualitas Produk.....	20
6. Kesadaran Nilai.....	23
7. Pengalaman.....	26
8. Peneliti Terdahulu.....	30
B. Pengembangan Hipotesis	32
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	32
2. Pengaruh Kesadaran Nilai Terhadap Minat Beli.....	32
3. Pengaruh Pengalaman Terhadap Minat Beli.....	33
C. Kerangka Konseptual	34

BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Waktu Dan Tempat Penelitian	36
B. Desain Penelitian.....	36
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	36
1. Definisi Variabel.....	37
2. Operasionalisasi Variabel.....	38
D. Skala Pengukuran.....	39
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	40
F. Metode Pengumpulan Data.....	41
G. Metode Analisis Data	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Analisis Deskriptif.....	46
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	46
3. Deskripsi Responden.....	47
4. Deskripsi Variabel.....	49
B. Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	55
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	55
2. Hasil Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	61
C. Pembahasan Hasil Penelitian	65
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian.....	68
2. Pengaruh Kesadaran Nilai Terhadap Minat Pembelian.....	68
3. Pengaruh Pengalaman Terhadap Minat Pembelian.....	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Nilai Penjualan dan Laba/Rugi PT Sepatu Bata Tbk	3
1.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pembelian Sepatu	9
1.3	Penelitian Terdahulu	30
2.1	Operasional Variabel Penelitian	40
3.1	Operasionalisasi Variabel	41
3.2	Skala <i>Likert</i>	42
3.3	Kriteria Sampel Penelitian	43
4.1	Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.2	Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	53
4.3	Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.4	Deskriptif Responden Berdasarkan Domisili	54
4.5	Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	55
4.6	Jawaban Responden Variabel <i>Brand Value</i>	56
4.7	Jawaban Responden Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	56
4.8	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	57
4.9	Hasil Uji <i>Convergent Validity (Outer Loadings)</i>	59
4.10	Hasil <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	61
4.11	Hasil Uji <i>Average Variance Extraced</i>	62
4.12	Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	62
4.13	Hasil Uji Realibilitas	63
4.14	Hasil Uji R^2	64
4.15	Hasil Uji <i>Q-Square</i>	64
4.16	Hasil Uji Hipotesis	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1. 1	Tampilan Instagram PT Sepatu Bata	4
1. 2	Tampilan Shopee PT Sepatu Bata	5
1. 3	Produk Terlaris Belanja <i>Online</i> Selama Pandemi	7
2. 1	Fungsi Manajemen Pemasaran	15
2. 2	Kerangka Pemikiran	36



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.1	Kusioner Penelitian	79
1.2	Pernyataan <i>Item</i> Kusioner Penelitian	81
1.3	Hasil Jawaban Karakteristik Responden	102
1.4	Hasil Responden Berdasarkan Variabel Penelitian	103
1.5	Hasil Uji <i>Convergent Validity (Outer Loadings)</i>	105
1.6	Hasil Uji <i>Convergent Validity (Outer Loadings)</i>	106
1.7	Hasil <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	107
1.8	Hasil Uji <i>Average Variance Extraced</i>	108
1.9	Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	108
1.10	Hasil Uji Realibilitas	108
1.11	Hasil Uji R2	108
1.12	Hasil Uji Q-Square	108
1.13	Hasil Uji Hipotesis	109
1.14	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	110

