

**PENGARUH INOVASI TEKNOLOGI, PEMASARAN DAN
BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
PADA AZZAM BOUTIQUE
TELUK PANJI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH

NOVI KARTIKA
19.012.00.197

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2023**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : NOVI KARTIKA
NPM : 19.012.00.197
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH INOVASI TEKNOLOGI, PEMASARAN
DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN PADA AZZAM BOUTIQUE TELUK
PANJI

Disetujui, Juli 2023

PEMBIMBING I

Hj. Novrihan Leily Nasution, SE., M.Si
NIDN : 0122117202

PEMBIMBING II

Mulkan Ritonga, SE., M.Ak
NIDN : 0114128404

DEKAN

UNIVERSITAS LAEUHABATU
ULB
1998
PRISTYONO, SE. M.Si
NIDN : 0116118301
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MENYETUJUI:

KAPRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ULB
1998
ABD. HALIM, SE. M.Si
NIDN : 0126128901
PROGRAM STUDI MANAJEMEN

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL SKRIPSI

NAMA : NOVI KARTIKA
NPM : 19.012.00.197
PROGRAM STUDI : SI-MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH INOVASI TEKNOLOGI PEMASARAN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA AZZAM BOUTIQUE TELUK PANJI

Dengan ini Penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika dikemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, Juli 2023
Yang Membuat Pernyataan



NOVI KARTIKA

ABSTRAK

NOVI KARTIKA. NPM. 18.011.00.346. PENGARUH BRAND IMAGE, INOVASI TEKNOLOGI, MARKETING ONLINE DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE (Studi kasus mahasiswa semester VIII kampus III Universitas Labuhanbatu), 2022. Skripsi.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Brand Image, Inovasi Teknologi, Marketing Online Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee (Studi kasus mahasiswa semester VIII kampus III Universitas Labuhanbatu). Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner dan disebar kepada 56 sampel penelitian yaitu mahasiswa semester VIII kampus III. Analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 20. Teknik pengujian data yang dilakukan pada penelitian ini meliputi uji validitas dan reabilitas, Uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan Pengujian secara parsial dan simultan. Hasil analisis menunjukkan bahwa brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen hal ini terlihat dari nilai T hitung $>$ T tabel ($2,787 > 2,006$), inovasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen hal ini terlihat dari nilai T hitung $>$ T tabel ($2,145 > 2,006$), marketing online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen hal ini terlihat dari nilai T hitung $>$ T tabel ($3,439 > 2,006$), persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen hal ini terlihat dari nilai T hitung $>$ T tabel ($2,792 > 2,006$), secara simultan brand image, inovasi teknologi, marketing online dan persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen hal ini terlihat dari nilai F hitung $>$ F tabel ($49,896 > 2,55$)

Kata Kunci : Brand image, Inovasi teknologi, Marketing online, Persepsi

konsumen dan keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah penulis ucapkan atas kemudahan yang Allah SWT berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini merupakan syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen pada Universitas Labuhanbatu.

Skripsi yang penulis susun memiliki judul yaitu “PENGARUH BRAND IMAGE, INOVASI TEKNOLOGI, MARKETING ONLINE DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PENGGUNA APLIKASI SHOPEE (Studi kasus mahasiswa semester VIII kampus III Universitas Labuhanbatu)”

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan Terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan, yaitu :

1. Bapak Ade Parlaungan Nasution, SE, M.SI, Ph.D, Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu.
2. Bapak Pristiyono, SE, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Abd. Halim, SE, M.Si Selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Ibu Elvina, S.Pd, M.Si, selaku Pembimbing I yang memberikan banyak masukan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.

5. Bapak Mulkan Ritonga, SE., M.Ak, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dengan sabar selama penyusunan skripsi ini.
6. Kepada seluruh dosen fakultas ekonomi dan bisnis universitas labuhanbatu.
7. Teristimewa kepada kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa dan semangat kepada saya untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Kepada seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan Khususnya dibidang studi Manajemen.

Rantauprapat, juli 2023

Peneliti,



NOVI KARTIKA

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Perumusan Masalah	5
1. Batasan Masalah	5
2. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. LANDASAN TEORI.....	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Uraian Teori	13
C. Kerangka Konseptual	31
D. Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III. METODE PENELITIAN	34
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
1. Lokasi Penelitian	34
2. Waktu Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel Penelitian	35
1. Populasi	35
2. Sampel	35
C. Definisi Operasional Variabel.....	35
D. Jenis dan Sumber Data	37
E. Teknik Pengumpulan Data	37
F. Uji Instrumen Penelitian.....	38
G. Metode Analisis Data	43
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
A. Hasil Penelitian	46
1. Gambaran Perusahaan (Visi, Misi, Struktur Organisasi, Job Deskripsi).....	46
2. Hasil Deskriptif Responden.....	52
3. Hasil Deskriptif Variabel Penelitian.....	53
4. Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas)	60
5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (Uji t, Uji f dan	

Koefisien Determinan)	65
B. Pembahasan.....	70
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN KUESIONER.....	79
LAMPIRAN SPSS.....	80

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan	34
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.3	Uji validitas	39
Tabel 3.4	Uji reabilitas	42
Tabel 4.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2	Karakteristik Berdasarkan Umur	53
Tabel 4.3	Deskriptif Responden Tentang x1.....	53
Tabel 4.4	Deskriptif Responden Tentang x2.....	55
Tabel 4.5	Deskriptif Responden Tentang x3.....	56
Tabel 4.6	Deskriptif Responden Tentang x4.....	57
Tabel 4.7	Deskriptif Responden Tentang y.....	59
Tabel 4.8	Uji multikolinearitas.....	63
Tabel 4.9	Analisis Regresi Berganda.....	65
Tabel 4.10	Uji Parsial (T)	67
Tabel 4.11	Uji Simultan (F)	68
Tabel 4.12	Determinan	69

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.2	Grafik Histogram	61
Gambar 4.3	Grafik Normal P-p Plot	62
Gambar 4.4	Uji Heteroskedaritas	64

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	79
Lampiran 2	Hasil spss	82