

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM), KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PELANGGAN 3SECOND OFFLINE STORE

Dosen Pengampu: Drs. Jarot Priyogutomo,MBA.

Diajukan untuk memenuhi syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh

**DEAVALDA
NPM: 180323898**

**Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
2022**

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM), KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PELANGGAN 3SECOND OFFLINE STORE

Dosen Pengampu: Drs. Jarot Priyogutomo, MBA.

Diajukan untuk memenuhi syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Disusun Oleh

**DEAVALDA
NPM: 180323898**

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Jarot Priyogutomo", written over a vertical line that extends from the text below.

Drs.C.Jarot Priyogutomo , MBA

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL
(INSTAGRAM), KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT BELI PELANGGAN 3SECOND OFFLINE
STORE**

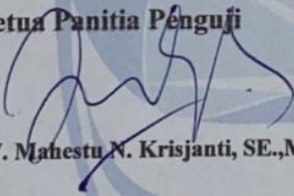
Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Deavalda
NPM: 180323898**


**Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
Pada tanggal 09 Januari 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat
untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai
gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen**


SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



(W. Mahestu N. Krisjanti, SE.,M.Sc.IB., Ph.D.)

Anggota Panitia Penguji


(Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA)


(Nadia Nila Sari, SE.,M.B.A)

**Yogyakarta, 06 Maret 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


(Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D)

**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

ANALISIS PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM), KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PELANGGAN 3SECOND OFFLINE STORE

Benar-benar merupakan hasil karya saya pribadi, berikut dengan pernyataan, ide maupun kutipan baik yang tertulis langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari penulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis di dalam skripsi ini dalam daftar Pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah saya dapat dinyatakan bata dan kemudian dikembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 09 Januari 2023

Yang menyatakan

Devalda

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan yang selalu Ia berikan sehingga proses penelitian skripsi yang berjudul “ANALISIS PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL (INSTAGRAM), KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP NIAT BELI PELANGGAN 3SECOND OFFLINE STORE” dapat terselesaikan dengan baik.

Saya dengan penuh kesadaran selaku penulis sangat yakin bahwa penelitian dan penulisan skripsi saya hanya dapat terselesaikan dengan bimbingan, dukungan, dan dorongan motivasi dari berbagai pihak, terutama Dosen Pembimbing, Para Pemangku Jabatan lingkup Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Orang tua, Dosen, dan teman-teman. Untuk itu dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya hingga saya dapat berada di tahap ini.
2. Universitas Atma Jaya Yogyakarta, kampus yang memberikan tuntunan dan pengetahuan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. C. Jarot Priyogutomo, DRS., MBA atas bimbingan, arahan, dorongan, semangat serta koreksi dan masukannya untuk penyempurnaan penelitian dari skripsi ini.
4. Semua Dosen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan pengajaran yang membantu penulis sampai pada tahap ini.

5. Keluarga saya yang senantiasa memberikan bimbingan, doa dan dukungan untuk tetap semangat dan mengambil sifat positif dalam segala hal.
6. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama saya melakukan penelitian hingga menyelesaikan skripsi ini.

Yogyakarta, 12 Desember 2022

Penulis

Devalda



DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------------------------|
| HALAMAN JUDUL | Error! Bookmark not defined. |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xi |
| ABSTRAK | xii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 6 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis | 6 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 7 |
| BAB II..... | 7 |
| TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| 2.1 Landasan Teori | 7 |
| 2.1.1 Iklan Media Sosial | 7 |
| 2.1.2 Kualitas Produk | 9 |
| 2.1.3 Citra Merek | 13 |
| 2.1.4 Niat Beli | 16 |
| 2.2 Hasil Ringkasan Penelitian Terdahulu..... | 17 |
| 2.3 Pengembangan Hipotesis | 19 |
| 2.3.1 Pengaruh Iklan terhadap Niat Beli Pelanggan..... | 19 |
| 2.3.2 Pengaruh Kualitas 3SECOND Offline Store terhadap Niat Beli Pelanggan..... | 20 |
| 2.3.3 Pengaruh Citra Merek 3SECOND Offline Store terhadap Niat Beli Pelanggan..... | 20 |
| 2.4 Model Penelitian..... | 22 |
| BAB III..... | 23 |

| | |
|---|----|
| METODOLOGI PENELITIAN | 23 |
| 3.1 Lokasi Dan Objek Penelitian | 23 |
| 3.2 Data Dan Sumber Data..... | 24 |
| 3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian | 24 |
| 3.4 Metode Pengambilan Sampel | 25 |
| 3.5 Definisi Operasional..... | 25 |
| 3.6 Pengujian Instrumen Penelitian | 26 |
| 3.6.1 Uji Validitas | 26 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas | 29 |
| 3.7 Analisis Data..... | 33 |
| 3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 33 |
| 3.7.2 Uji Determinan (R^2) | 34 |
| 3.7.3 Uji F..... | 34 |
| 3.7.4 Uji T..... | 35 |
| BAB IV | 36 |
| ANALISIS DAN PEMBAHASAN | 36 |
| 4.1 Profil Responden..... | 36 |
| 4.2 Pengujian Hipotesis | 42 |
| 4.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda..... | 43 |
| 4.2.2 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 45 |
| 4.2.3 Hasil Uji F..... | 46 |
| 4.2.4 Hasil Uji T..... | 47 |
| 4.3 Pembahasan | 48 |
| 4.3.1 Pengaruh Iklan Sosial Media (Instagram) Terhadap Niat Beli Pelanggan 3Second di <i>Offline Store</i> | 48 |
| 4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Pelanggan 3 Second di <i>Offline Store</i> | 50 |
| 4.3.3 Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Pelanggan 3Second di <i>Offline Store</i> | 51 |
| BAB V..... | 53 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 53 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 53 |
| 5.2 Keterbatasan..... | 54 |
| 5.3 Saran..... | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA | 57 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1: Peneliti Terdahulu | 17 |
| Tabel 3.1: Definisi Operasional..... | 25 |
| Tabel 3.2: Hasil Uji Validitas | 28 |
| Tabel 3.3: Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan | 31 |
| Tabel 3.4: Hasil Uji Reliabilitas Iklan Sosial Media | 31 |
| Tabel 3.5: Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk | 32 |
| Tabel 3.6: Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek..... | 32 |
| Tabel 3.7: Hasil Uji Reliabilitas Niat Beli | 33 |
| Tabel 4.1: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 37 |
| Tabel 4.2: Responden Berdasarkan Usia | 38 |
| Tabel 4.3: Responden Berdasarkan Pekerjaan | 39 |
| Tabel 4.4: Responden Berdasarkan Pendapatan..... | 40 |
| Tabel 4.4: Responden Berdasarkan Pengetahuan Instagram | 41 |
| Tabel 4.5: Responden Berdasarkan Banyaknya Pembelian | 42 |
| Tabel 4.6: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda..... | 43 |
| Tabel 4.7: Hasil Koefisien Determinasi (R^2)..... | 46 |
| Tabel 4.8: Hasil Uji F..... | 47 |
| Tabel 4.9: Hasil Uji T | 48 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Model Penelitian.....22



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1: Kuesioner..... | 57 |
| Lampiran 2: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas..... | 69 |
| Lampiran 3: Hasil Uji Regresi..... | 73 |



**ANALISIS PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL
(INSTAGRAM), KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP NIAT BELI PELANGGAN 3SECOND OFFLINE
STORE**

Disusun Oleh :

DEAVALDA

NPM : 180323898

Dosen Pembimbing

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari iklan sosial media (instagram), kualitas produk, dan juga citra merek terhadap niat beli pelanggan 3Second di *offline store*. Variabel yang digunakan adalah iklan sosial media, kualitas produk, dan citra merek sebagai variabel independen dan niat beli sebagai variabel dependen. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan kuesioner dalam mengumpulkan data. Didapatkan 160 responden pelanggan 3Second. Uji yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji f, dan uji t. Perhitungan dilakukan dengan SPSS Versi 26. Hasil yang ditemukan adalah seluruh variabel independen yakni iklan sosial media, kualitas produk, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli pelanggan 3Second di *offline store* baik secara simultan maupun parsial.

Keywords : *Iklan Sosial Media, Kualitas Produk, Citra Merek, Niat Beli, 3Second*