

**PENGARUH OPTIMALISASI MESIN PENCARI DAN
KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI
PADA PRODUK THE BODY SHOP**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**

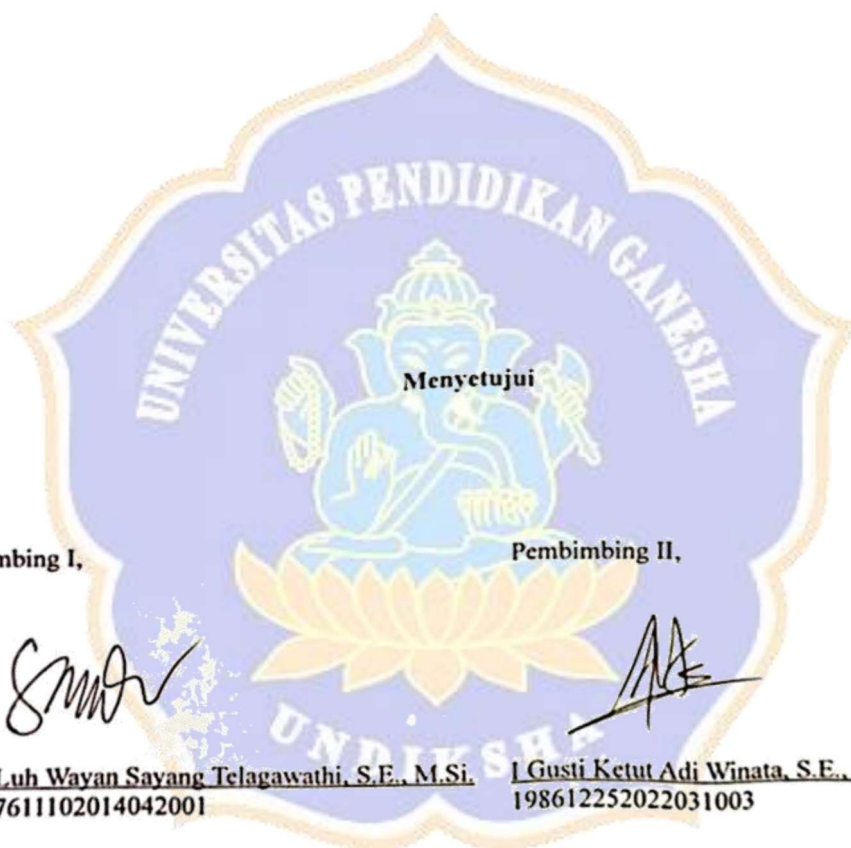


**Oleh
Ida Ayu Shanti Pinandita Erawan
NIM 2117041041**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA
2025**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Pembimbing I,

Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP.197611102014042001

Pembimbing II,

I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb.
198612252022031003

Skripsi oleh Ida Ayu Shanti Pinandita Erawan ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 14 Februari 2025

Dewan Penguji,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. (Ketua)
NIP.197611102014042001



I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M. Agb. (Anggota)
NIP. 198612252022031003



Ida Bagus Koman Suarmaja, S.E., M.M. (Anggota)
NIP. 199105122023211031



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana Manajemen

Pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 14 Februari 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Made Arnanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

MOTTO

“Jadilah lebih baik dari Ajik, Gek”

***STRIVE TO BE THE BEST, WHEREVER LIFE PLACES
YOU***



KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan karunia yang diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada dosen pembimbing Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. dan I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb. yang dengan penuh tanggung jawab memberikan pengarahannya, bimbingan, dan saran sehingga bermanfaat dalam penyelesaian skripsi yang mengantarkan saya pada kelulusan.

Kepada keluarga tercinta Ida Bagus Puja Erawan (Ayah), Ni Ketut Putri Widiyan Tari (Ibu), Ayu Shinta Dewi Erawan, Ida Ayu Anindita Erawan, dan Ida Bagus Herjuna Erawan (Adik), atas doa, motivasi, dan nasihat yang terus diberikan demi kesuksesan dan kebahagiaan saya, untuk cinta dan kasih sayang yang diberikan tidak pernah henti dan tergantikan.

Untuk orang terkasih, sahabat, teman-teman yang selalu memberikan semangat, dukungan, saran, doa dan kerjasama yang baik dalam proses menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas semangat dan motivasi kalian.

Terima Kasih

PRAKATA

Puji Syukur penyusun panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Optimalisasi Mesin Pencari dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk The Body Shop”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik berupa bantuan moral ataupun material dari berbagai pihak. Maka dari itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ibu Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, membimbing, dan mengarahkan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak I Gusti Ketut Adi Winata, S.E., M.Agb. selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, dan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang mendidik dan selalu memberikan saran selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kedua orang tua Ibu Ni Ketut Putri Widiyantari dan Bapak Ida Bagus Puja Erawan
9. Keluarga besar kelas IKI Manajemen Angkatan 2021 yang selalu menemani, memberikan dukungan, doa, dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.

10. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu pada kesempatan ini, terima kasih atas dukungan dan motivasi serta semangat bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Maka dari itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk berbagai pihak khususnya bagi pengembangan pengetahuan di bidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 14 Februari 2025



Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Pembatasan Masalah.....	15
1.4 Rumusan Masalah.....	16
1.5 Tujuan Penelitian.....	16
1.6 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN TEORI.....	18
2.1 Pengertian Minat Beli.....	18
2.1.1 Indikator Minat Beli.....	18
2.2 Pengertian Optimalisasi Mesin Pencari.....	19
2.2.1 Indikator Optimalisasi Mesin Pencari.....	20
2.3 Pengertian Kesadaran Merek.....	21
2.3.1 Indikator Kesadaran Merek.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Rancangan Penelitian.....	34
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Deskripsi Data.....	47
4.1.1 Optimalisasi Mesin Pencari.....	48

4.1.2 Kesadaran Merek	50
4.1.3 Minat Beli	51
4.2 Pengujian Asumsi	53
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	53
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda	55
4.4 Analisis Koefisien Determinasi	57
4.5 Pengujian Hipotesis	58
4.5.1 Pengaruh Optimalisasi Mesin Pencari terhadap Minat Beli Produk The Body Shop.....	58
4.5.2 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk The Body Shop	58
4.5.3 Pengaruh Optimalisasi Mesin Pencari dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk The Body Shop.....	59
4.6 Pembahasan	60
4.6.1 Pengaruh Optimalisasi Mesin Pencari terhadap Minat Beli Produk The Body Shop.....	60
4.6.2 Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk The Body Shop	61
4.6.3 Pengaruh Optimalisasi Mesin Pencari dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk The Body Shop.....	62
4.7 Keterbatasan Penelitian	64
4.8 Implikasi	65
 BAB V PENUTUP	 66
5.1 Rangkuman.....	66
5.2 Simpulan.....	67
5.3 Saran	67
 DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT HIDUP	
PERNYATAAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Kuesioner Awal Variabel Minat Beli.....	12
Tabel 1. 2 Kuesioner Awal Variabel Optimalisasi Mesin Pencari.....	13
Tabel 1. 3 Kuesioner Awal Variabel Kesadaran Merek.....	14
Tabel 2. 1 Kajian Hasil Penelitian Relevan.....	22
Tabel 3. 1 Variabel, Definisi Variabel, Indikator dan Skala Pengukuran.....	36
Tabel 4. 1 Deskripsi Variabel Penelitian.....	47
Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel Optimalisasi Mesin Pencari (X_1).....	48
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Kesadaran Merek (X_2).....	50
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Minat Beli (Y).....	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
Tabel 4. 7 Hasil Uji F.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet Indonesia tahun 2018-2023.....	2
Gambar 1. 2 Data Nilai Penjualan Produk Kecantikan.....	5
Gambar 1. 3 Laporan Domain The Body Shop.....	8
Gambar 1. 4 Report Komparasi Brand.....	8
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Optimalisasi Mesin Pencari, Kesadaran Merek, dan Minat Beli.	73
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	76
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner Awal Variabel Optimalisasi Mesin Pencari (X1), dan Kesadaran Merek (X2) terhadap Minat Beli (Y).....	79
Lampiran 4. Tabulasi Data Sampel Penelitian	81
Lampiran 5. Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Sampel Penelitian ..	84



PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh Optimalisasi Mesin Pencari dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk The Body Shop" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pegutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

