



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA  
*E-COMMERCE* TOKOPEDIA  
(PENELITIAN PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)**

**SKRIPSI**

**GUSTI PANGESTU    1710111136**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**



**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA  
*E-COMMERCE* TOKOPEDIA  
(PENELITIAN PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**GUSTI PANGESTU    1710111136**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN ORISINILITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber yang dikutip dan dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Gusti Pangestu

NIM : 1710111136

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Juli 2021

Yang menyatakan,

A handwritten signature in blue ink is written over a 10,000 Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'F4ABFAJX135934597'.

Gusti Pangestu

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gusti Pangestu  
NIM : 1710111136  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Sudi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

### **Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan Pada E-Commerce Tokopedia (Penelitian Pada Generasi Milenial di Jakarta)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan/formatan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 12 Juli 2021

Yang Menyatakan,

Gusti Pangestu

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA  
*E-COMMERCE* TOKOPEDIA  
(PENELITIAN PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)**

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**Gusti Pangestu 1710111136**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji tanggal : 12 Juli 2021  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Lina Ariani, S.E., M.M.**

**Ketua Penguji**



**Dra. Pusporini, M.M.**

**Penguji I**



**Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M.**

**MOS., CPM.**

**Penguji II (Pembimbing)**



**Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E.,**

**A.k., M.Ak., Ca., CSRS.**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Wahyudi, SE, MM**

**Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana**

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 12 Juli 2021

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON  
USAGE DECISIONS  
IN E-COMMERCE TOKOPEDIA  
(RESEARCH ON MILLENNIALS IN JAKARTA)***

***By  
Gusti Pangestu***

***Abstract***

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality and brand image on the decision to use Tokopedia e-commerce in the millennial generation in the DKI Jakarta area. The approach used in this research is quantitative with the population, namely Tokopedia e-commerce consumers who are included in the millennial generation and live in the DKI Jakarta area. The sample used was 100 samples, where the sample was determined using a non-probability sampling technique with purposive sampling method. Data collection is done by distributing questionnaires via google form. The data processing tool used is PLS (Partial Least Square). The results show that : (1) service quality has an effect on usage decisions. (2) brand image influences usage decisions.*

***Keywords*** : *Service Quality, Brand Image, Usage Decision, and Tokopedia.*

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN PADA  
*E-COMMERCE* TOKOPEDIA  
(PENELITIAN PADA GENERASI MILENIAL DI JAKARTA)**

Oleh  
**Gusti Pangestu**

**Abstrak**

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap keputusan penggunaan di *e-commerce* Tokopedia pada generasi milenial di wilayah DKI Jakarta. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan populasi yaitu konsumen *e-commerce* Tokopedia yang termasuk dalam generasi milenial dan tinggal di wilayah DKI Jakarta. Adapun sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 sampel, dimana sampel ditentukan dengan menggunakan teknik *non-probabilit samplin* dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui *google form*. Alat pengolahan data yang digunakan adalah PLS (*Partial Least Square*). Adapun hasil menunjukkan bahwa : (1) kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. (2) citra merek berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

**Kata Kunci** : Kualitas Layanan, Citra Merek, Keputusan Penggunaan, dan Tokopedia.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
laman : [www.feb.upnvj.ac.id](http://www.feb.upnvj.ac.id) , e-mail : [febupnvj@upnvj.ac.id](mailto:febupnvj@upnvj.ac.id)

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**  
**SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021**

Hari ini **Senin**, tanggal **12** bulan **Juli** 2021, telah dilaksanakan ujian skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Gusti Pangestu

NIM : 1710111136




Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan pada *E-commerce* Tokopedia (Penelitian Pada Generasi Milenial di Jakarta)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus* \*)

**Penguji**

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Lina Ariani, S.E., M.M.	Ketua Penguji	
2	Dra. Pusporini, M.M.	Penguji I	
3	Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM.,	Penguji II **)	

**Keterangan :**

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 12 Juli 2021

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen

Program Sarjana



Wahyudi.,SE.,MM



## PRAKATA

Puji syukur kehadirat Allah S.W.T Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah memberikan anugrah, rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan pada *E-commerce* Tokopedia (Penelitian Pada Generasi Milenial di Jakarta)” ini dapat terselesaikan.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memenuhi kurikulum program sarjana strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pada kesempatan ini, tidak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai. Dengan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas anugerah-Nya yang diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga yang selama ini memberikan semangat, perhatian, kasih sayang dan doa hingga skripsi ini terselesaikan.
3. Ibu Dr. Erna Hernawati, Ak., CPMA., CA., selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
4. Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, S.E., Ak., M.Ak., Ca., CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
5. Ibu Dr. Desmintari, S.E., M.M selaku Kepala Jurusan Manajemen S1.
6. Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1.
7. Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM selaku dosen pembimbing satu dan Ibu Rosali Sembiring Colia.,SE.,MM selaku dosen pembimbing dua, yang telah meluangkan waktu dan memberi dukungan serta arahan sehubungan dengan penyusunan skripsi ini sejak awal hingga selesai.

8. Semua sahabat dan teman seperjuangan angkatan '17 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu serta semua pihak yang telah membantu secara langsung dan tidak langsung dalam terselesaikannya skripsi ini.

Dengan kesadaran akan kekurangan, baik dalam penyajian penulisan maupun keterbatasan ilmu pengetahuan yang dimiliki, untuk itu diharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun demi meningkatkan wawasan dan juga demi perbaikan dimasa mendatang. Akhir kata, semoga dengan terselesaikannya skripsi ini menjadi titik awal menuju arah sukses yang lebih baik untuk penulis dan semoga skripsi ini juga dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Jakarta, 12 Juli 2021

Gusti Pangestu

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMBUNG</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINILITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	10
I.3 Tujuan Penelitian.....	10
I.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
II.1 Landasan Teori.....	12
II.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
II.1.2 E-marketing.....	13
II.1.3 E-commerce .....	15
II.1.4 Perilaku Konsumen .....	15
II.1.5 Keputusan Penggunaan .....	16
II.1.6 Kualitas Layanan.....	22
II.1.7 Citra Merek .....	24
II.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	28

II.3	Model Penelitian .....	34
II.3.1	Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan .....	34
II.3.2	Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan .....	34
II.4	Hipotesis .....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
III.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	36
III.1.1	Definisi Operasional .....	36
III.1.2	Pengukuran Variabel .....	36
III.2	Populasi dan Sampel .....	37
III.2.1	Populasi .....	37
III.2.2	Sampel .....	37
III.3	Teknik Pengumpulan Data .....	39
III.3.1	Jenis Data .....	39
III.3.2	Sumber Data .....	39
III.3.3	Pengumpulan Data .....	39
III.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	42
III.4.1	Teknik Analisis Data .....	42
III.4.1.1	Analisis Deskriptif .....	42
III.4.1.2	Analisis Inferensial .....	43
III.4.2	Uji Hipotesis .....	51
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
IV.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	53
IV.2	Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	55
IV.2.1	Analisis Data Deskriptif .....	55
IV.2.1.1	Deskripsi Data Responden .....	55
IV.2.1.2	Deskripsi Data Penelitian .....	59
IV.2.2	Analisis Data Inferensial .....	62
IV.2.2.1	Validitas Data Penelitian .....	62
IV.2.2.2	Reabilitas Data Penelitian .....	67
IV.2.2.3	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	68

IV.2.2.4	Hasil Uji Hipotesis .....	69
IV.3	Pembahasan.....	70
IV.3.1	Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Penggunaan .....	70
IV.3.2	Citra Merek Terhadap Keputusan Penggunaan.....	71
IV.4	Keterbatasan Penelitian .....	72
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>74</b>
V.1	Simpulan.....	74
V.2	Saran.....	74
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Lima Tahapan Keputusan Penggunaan .....	18
Gambar 2. Model Perilaku Konsumen.....	20
Gambar 3. Model Penelitian .....	35
Gambar 4. Langkah-langkah Analisis PLS .....	44
Gambar 5. Rancangan Inner Model .....	45
Gambar 6. Rancangan Outer Model Variabel Y .....	46
Gambar 7. Rancangan Outer Model Variabel X1 .....	46
Gambar 8. Rancangan Outer Model Variabel X2 .....	47
Gambar 9. Rancangan Outer Model Variabel X2 .....	47
Gambar 10. Logo E-commerce Tokopedia.....	53
Gambar 11. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Gambar 12. Responden Berdasarkan Domisili .....	57
Gambar 13. Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
Gambar 14. Outer Model Loading Factor .....	63
Gambar 15. Inner Model .....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Peringkat Pengunjung Bulanan E-Commerce.....	5
Tabel 2. Top Brand Index Kategori Situs Jual Beli Online .....	7
Tabel 3. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait Keputusan Penggunaan .....	32
Tabel 4. Pengukuran Variabel Keputusan Penggunaan, Kualitas Layanan, dan Citra Merek .....	37
Tabel 5. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert .....	40
Tabel 6. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	40
Tabel 7. Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan .....	59
Tabel 8 Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	60
Tabel 9. Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Penggunaan.....	61
Tabel 10. Nilai Loading Factor .....	64
Tabel 11. Cross Loading .....	65
Tabel 12. Average Variance Extracted .....	66
Tabel 13. Uji Composite Reliability .....	67
Tabel 14. Cronbach's Alpha .....	68
Tabel 15. Nilai R-Square Adjusted .....	68
Tabel 16. Hasil Uji T-Statistik .....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Kuesioner 100 Responden
Lampiran 3	Hasil Deskripsi Data Responden
Lampiran 4	Hasil Deskripsi Data Penelitian
Lampiran 5	Hasil <i>Output Outer Model SmartPLS 3.0</i>
Lampiran 6	Hasil <i>Output Outer Model SmartPLS 3.0</i>
Lampiran 7	T-tabel