



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
FESYEN INDONESIA MELALUI E-COMMERCE  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI DKI JAKARTA)**

**SKRIPSI**

**ANDI DWI KURNIAWAN 1910111103**

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

**2022**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
FESYEN INDONESIA MELALUI E-COMMERCE  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN DI DKI JAKARTA)**

**SKRIPSI**

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

**ANDI DWI KURNIAWAN 1910111103**

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

**2022**

# PERNYATAAN ORISINALITAS

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Andi Dwi Kurniawan

NIM : 1910111103

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesunian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan di proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 8 Desember 2022

Yang menyatakan,



(Andi Dwi Kurniawan)

# PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Andi Dwi Kurniawan

NIM : 1910111103

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : 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 Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Indonesia Melalui E-Commerce (Studi Kasus Pada Konsumen Di DKI Jakarta)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, 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 saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta  
Pada tanggal: 28 November 2022  
Yang menyertakan

  
(Andi Dwi Kurniawan)

# LEMBAR PENGESAHAN

## SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FESYEN INDONESIA MELALUI E-COMMERCE

(Studi Kasus Pada Konsumen Di DKI Jakarta)

*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

Andi Dwi Kurniawan      1910111103

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 28 Desember 2022  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Drs. Nobelsom, M.M.  
Ketua Penguji



Rosali Sembiring Colia, S.E., M.M.  
Penguji I



Yuliniar, S.E., M.M.  
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Dianwicaksh Ariestiana, SE., Ak., M.Ak., CA., CSRS  
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Siti Hidayati, S.E., M.M.  
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 28 Desember 2022

***The Influence of Product Quality, Price, And Brand Image On The Purchase Decision of Indonesian Fashion Products Through E-Commerce (Case Study On Consumers In DKI Jakarta)***

**By Andi Dwi Kurniawan**

***Abstract***

*This research is a quantitative study that aims to determine the effect of product quality, price, and brand image on purchasing decisions for Indonesian fashion products through e-commerce. This research uses consumers in DKI Jakarta who have purchased Indonesian fashion products through e-commerce as a sample. The sample used was 100 + 30 respondents, with the sampling technique using non-probability sampling, namely purposive sampling. Collecting data in this study used a questionnaire in the form of a google form which was distributed via social media. The hypothesis of this study to determine the effect of both partially and simultaneously from the independent and dependent variables. Tests in this study used descriptive analysis techniques, instruments, classical assumptions, multiple linear regression, and hypotheses with the SPSS version 29 analysis tool. And from the tests the results were obtained: (1) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions (2) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) brand image does not have a significant effect on purchasing decisions, (4) product quality, price, and brand image have a simultaneous effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decisions, Indonesian Fashion Product***

**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Fesyen Indonesia Melalui E-Commerce  
(Studi Kasus Pada Konsumen Di DKI Jakarta)**

**Oleh Andi Dwi Kurniawan**

**Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk fesyen Indonesia melalui e-commerce. Penelitian ini menggunakan konsumen di DKI Jakarta yang pernah melakukan pembelian produk fesyen Indonesia melalui e-commerce sebagai sampel. Sampel yang digunakan sebesar 100 + 30 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner berupa *google form* yang disebarakan melalui media sosial. Hipotesis penelitian ini untuk mengetahui pengaruh baik secara parsial dan simultan dari variabel independen dan dependen. Pengujian pada penelitian ini menggunakan metode teknik analisis deskriptif, instrumen, asumsi klasik, regresi linear berganda, dan hipotesis dengan alat analisis SPSS versi 29. Dan dari pengujian diperoleh hasil: (1) Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (2) Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, (3) Citra Merek tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Fesyen Indonesia



# BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 28 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Andi Dwi Kurniawan

No.Pokok Mahasiswa : 1910111103

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :  
Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Indonesia melalui E-Commerce (Studi Kasus pada Konsumen di DKI Jakarta)  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1. ....
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2. ....
3	Yuliniar, SE, MM	Anggota II (**)	3. ....

Keterangan:

- \*) Coret yang tidak perlu
- \*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 28 Desember 2022  
Mengesahkan  
A.n DEKAN  
Kaprod. Manajemen S.1

SHI Hidayati, SE, MM.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat dan karunianya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Studi ini dilaksanakan sejak Agustus 2022 – Desember 2022 dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Indonesia Melalui E-Commerce (Studi Kasus Pada Konsumen Di DKI Jakarta)”**. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Yuliniar, S.E., M.M, Bapak Nobelson, M.M dan Ibu Rosali, S.E., M.M sebagai dosen pembimbing dan penguji, yang telah memberikan bimbingan, arahan dan saran yang bermanfaat agar penelitian ini dapat terlaksanakan sesuai dengan pedoman skripsi yang telah ditetapkan.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yaitu Alm. Muhammad Soleh, Trigiarti dan Saudara Penulis yaitu Votter Setiawan serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat kepada Penulis. Terima kasih kepada semua sahabat yang telah memberi dukungan dan selalu mendengarkan keluh kesah yaitu Alfin, Farel, Farhan, Mambo, Oncom, S1 Kedokteran Squad (Raihan, Nizam, Aldi, Annisa, Tiara, Nahda, Aminah, Aliyah, Fadillah, dan Nadira), Mahasiswa Penuh Kesabaran (Jenny, Fabian, Akhsanul, dan Eriyan), Team Hore Busdev Sarinah (Fadel, Vira, Putri, Ivo, dan Ferdi), Team Hore RPT BRI (Aulia, Yasser, dan Rakha) serta seluruh teman perjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang membantu memberikan saran dalam penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat.

Jakarta, 8 Desember 2022



Andi Dwi Kurniawan

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Hasil Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Pengertian-Pengertian Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	14
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4. Kualitas Produk.....	19
2.1.5. Harga .....	24
2.1.6. Citra Merek.....	27
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	29
2.3. Model Penelitian .....	35
2.3.1. Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.3.2. Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	36

2.3.3. Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	36
2.3.4. Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	37
2.4. Hipotesis .....	37

### **BAB III METODE PENELITIAN ..... 38**

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	38
3.1.1. Definisi Operasional .....	38
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	39
3.2. Populasi dan Sampel .....	42
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.4. Teknik Analisis Data.....	44
3.4.1. Analisis Deskriptif .....	44
3.4.2. Uji Instrumen .....	45
3.4.3. Uji Asumsi Klasik.....	46
3.4.4. Uji Regresi Linear Berganda.....	48
3.4.5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
3.4.6. Uji Hipotesis (Uji T) .....	49
3.4.7. Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	49

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 50**

4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.1.1. Fesyen Indonesia.....	50
4.2. Deskripsi Data Penelitian .....	50
4.2.1. Deskripsi Biodata Responden .....	51
4.3. Analisis Deskriptif .....	53
4.3.1. Analisis Hasil Nilai Indeks Variabel Keputusan Pembelian.....	55
4.3.2. Analisis Hasil Nilai Indeks Variabel Kualitas Produk.....	56
4.3.3. Analisis Hasil Nilai Indeks Variabel Harga .....	57
4.3.4. Analisis Hasil Nilai Indeks Variabel Citra Merek .....	57
4.4. Analisis Inferensial.....	58
4.4.1. Uji Instrumen .....	59
4.4.2. Uji Asumsi Klasik.....	62
4.4.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	66

4.4.4. Uji Hipotesis .....	67
4.5. Pembahasan.....	70
4.5.1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.5.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusasn Pembelian .....	71
4.5.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	72
4.5.4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	73
4.6. Keterbatasan Penelitian .....	74
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>76</b>
5.1. Simpulan .....	76
5.2. Saran .....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. TOP 10 E-Commerce Popular .....	3
Tabel 2. Hasil Penelitian Sebelumnya .....	34
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	39
Tabel 4. Jenis Kelamin Responden .....	51
Tabel 5. Usia Responden.....	51
Tabel 6. Domisili DKI Jakarta Responden .....	52
Tabel 7. Status Pekerjaan Responden .....	52
Lanjutan Tabel 7. Status Pekerjaan Responden .....	53
Tabel 8. Pendapatan Bulanan Responden .....	53
Tabel 9. Penilaian Indeks Responden .....	55
Tabel 10. Hasil Tanggapan Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Untuk Variabel Kualitas Produk .....	56
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Untuk Variabel Harga .....	57
Tabel 13. Hasil Tanggapan Responden Untuk Variabel Citra Merek .....	58
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	60
Tabel 16. Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	60
Lanjutan Tabel 16. Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	61
Tabel 17. Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek .....	61
Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 19. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	64
Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 21. Hasil Model Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	67
Tabel 23. Hasil Uji T.....	68
Tabel 24. Hasil Uji F.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet (2012-2022) .....	1
Gambar 2. Data Transaksi Belanja Online Mingguan Tiap Negara .....	2
Gambar 3. Pendapatan Tahunan E-commerce per Kategori .....	4
Gambar 4. Testimoni Buruk Masyarakat Belanja Online .....	5
Gambar 5. Proses Keputusan Pembelian .....	17
Gambar 6. Model Penelitian .....	37
Gambar 7. Hasil Uji Histogram .....	63
Gambar 8. Hasil Uji P-Plot .....	63
Gambar 9. Hasil Uji Heterokedastisitas .....	65

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Data Kuesioner 130 Responden
- Lampiran 3. Deskripsi Identitas Responden
- Lampiran 4. Tabulasi Data
- Lampiran 5. Hasil Pengujian Data SPSS Versi 29
- Lampiran 6. Hasil Turnitin