



**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
APLIKASI SHOPEE**

**SKRIPSI**

**PANJI WIBISONO 1910111056**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2022**



**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
APLIKASI SHOPEE**

**SKRIPSI**

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

**PANJI WIBISONO 1910111056**

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

**2022**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Panji Wibisono

NIM : 1910111056

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

Jakarta, 9 Desember 2022

Yang Menyatakan,



(Panji Wibisono)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Panji Wibisono  
NIM : 1910111056  
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 Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas  
Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada  
Aplikasi Shopee**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : 27 Desember 2022

Yang menyatakan,



Panji Wibisono

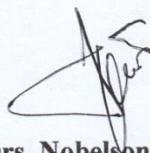
# SKRIPSI

## PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE

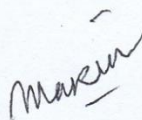
*Dipersiapkan dan disusun oleh :*

**Panji Wibisono 1910111056**

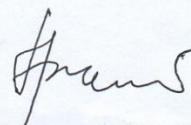
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 27 Desember 2022  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Drs. Nobelson, M.M.**  
Ketua Penguji



**Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM.**  
Penguji I



**Lina Aryani, S.E., M.M.**  
Penguji II (Pembimbing)



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



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

Disahkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 27 Desember 2022



# **THE INFLUENCE OF PRICE, BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISIONS IN THE SHOPEE APPLICATION**

By Panji Wibisono

## ***Abstract***

*This research is included in quantitative research which aims to find out and prove the effect of price, brand image and product quality on purchasing decisions on the Shopee application. The population used in this study are Shopee application users in the Jakarta area. Sampling used non-probability sampling with a sampling technique that is purposive sampling and obtained a sample of 100 respondents. Data collection was carried out in this study by distributing questionnaires to respondents using the Google Form. The data analysis technique used in this study is descriptive analysis and inferential analysis where the tool for analyzing the data in this study is using SmartPLS version 4.0.8.4. The results obtained in this study are: (1) the price variable has no effect and is not significant on the purchase decision, (2) the brand image variable has no effect and is not significant on the purchase decision, (3) the product quality variable has a significant and significant effect on the purchase decision. Price, brand image and product quality variables contribute 61.4% to purchasing decisions while the remaining 38.6% is influenced by other variables not included in this study such as promotions, service quality and others.*

***Keywords*** : Price, Brand Image, Product Quality, Purchase Decision

# **PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE**

Oleh Panji Wibisono

## **Abstrak**

Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kuantitatif yang memiliki tujuan guna mengetahui dan membuktikan pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Shopee. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di wilayah Jakarta. Pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada responden menggunakan *Google Form*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial dimana alat bantu untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan SmartPLS versi 4.0.8.4. Adapun hasil yang didapat dalam penelitian ini adalah : (1) variabel harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) variabel citra merek tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) variabel kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga, citra merek dan kualitas produk memberikan kontribusi sebesar 61.4% terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diikut sertakan di dalam penelitian ini seperti promosi, kualitas layanan dan lain lain.

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



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 Selasa, tanggal 27 Desember 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Panji Wibisono

No.Pokok Mahasiswa : 1910111056

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee**  
Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \*)*

Penguii

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1. ....
2	Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S, MBA, CWM	Anggota I	2. ....
3	Lina Ariyani, SE, MM	Anggota II (**)	3. ....

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 27 Desember 2022  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprosdi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus 2022 sampai dengan bulan Desember 2022 dengan judul **"Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Shopee"**. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada Ibu Lina Aryani S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan arahan dan saran - saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, kakak, teman teman di grup pertemanan diantaranya seperti IniGrup dan Jomblo Menangis serta sosok seperti Rachmansyah Putra Herwananto, Siesta, Elaina, Suzuhara Lulu, Aizawa Ema, Kaga Sumire, Yakumo Beni, Shinomiya Runa, Hakase Fuyuki, Kagura Mea yang telah memberikan semangat maupun doa kepada penulis. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada teman - teman yang telah membantu dalam penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 27 Desember 2022

Panji Wibisono

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iv</b>
<b>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>
I.1. Latar Belakang .....	1
I.2. Rumusan Masalah .....	11
I.3. Tujuan Penelitian .....	11
I.4. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
II.1. Landasan Teori .....	13
II.1.1. Pemasaran.....	13
II.1.2. Perilaku Konsumen.....	14
II.1.3. <i>E-Commerce</i> .....	15
II.1.4. Keputusan Pembelian .....	16
II.1.5. Harga .....	18
II.1.6. Merek.....	23
II.1.7. Citra Merek.....	24
II.1.8. Kualitas Produk .....	27
II.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	28
II.3. Model Penelitian .....	41
II.4. Hipotesis .....	42

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>44</b>
III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	44
III.1.1. Definisi Operasional .....	44
III.1.2. Pengukuran Variabel .....	45
III.2. Penentuan Populasi dan Sampel.....	46
III.2.1. Populasi .....	46
III.2.2. Sampel.....	46
III.3. Teknik Pengumpulan Data .....	48
III.3.1. Jenis Data .....	48
III.3.2. Sumber Data .....	48
III.3.3. Pengumpulan Data.....	48
III.4. Teknik Analisis Data.....	50
III.4.1. Analisis Data Deskriptif .....	50
III.4.2. Analisis Data Inferensial .....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
IV.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	60
IV.2. Deskripsi Data Responden .....	62
IV.3. Analisis Data dan Uji Hipotesis .....	67
IV.3.1. Analisis Data Deskriptif .....	67
IV.3.2. Analisis Data Inferensial .....	72
IV.4. Pembahasan .....	82
IV.4.1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	82
IV.4.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	84
IV.4.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	86
IV.5. Keterbatasan Penelitian.....	88
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>90</b>
V.1. Simpulan.....	90
V.2. Saran .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>97</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	97
Lampiran 2. Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian .....	103
Lampiran 3. Data Kuesioner Variabel Harga .....	105
Lampiran 4. Data Kuesioner Variabel Citra Merek.....	107
Lampiran 5. Data Kuesioner Variabel Kualitas Produk .....	109

Lampiran 6. Deskripsi Data Responden .....	111
Lampiran 7. Analisis Data Deskriptif.....	113
Lampiran 8. <i>Outer Model</i> SmartPLS.....	115
Lampiran 9. Hasil <i>Output</i> SmartPLS.....	116
Lampiran 10. <i>Inner Model</i> SmartPLS .....	118
Lampiran 11. t tabel .....	119
Lampiran 12. Bukti Penyebaran Melalui Media Sosial .....	120
Lampiran 13. Hasil Turnitin.....	122

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu .....	37
Tabel 2. Pengukuran Variabel .....	45
Tabel 3. Skala Likert .....	49
Tabel 4. Kisi - Kisi Instrumen Penelitian .....	49
Tabel 5. Interpretasi Nilai Persentase Responden .....	50
Tabel 6. Tingkat Reliabilitas Nilai <i>Cronbach Alpha</i> . .....	57
Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	63
Tabel 9. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan .....	64
Tabel 10. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan atau Uang Saku per Bulan .....	65
Tabel 11. Karakteristik Responden Menurut Wilayah Domisili .....	66
Tabel 12. Interpretasi Nilai <i>Loading Factor</i> Persentase Responden.....	67
Tabel 13. Nilai <i>Loading Factor</i> Variabel Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 14. Nilai <i>Loading Factor</i> Variabel Harga.....	69
Tabel 15. Nilai <i>Loading Factor</i> Variabel Citra Merek .....	70
Tabel 16. Nilai <i>Loading Factor</i> Variabel Kualitas Produk.....	71
Tabel 17. Hasil Nilai <i>Outer Loading Factor</i> .....	74
Tabel 18. Nilai <i>Average Variance Extracted</i> .....	75
Tabel 19. Nilai <i>Fornell-Lacker Criterium</i> .....	76
Tabel 20. Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	77
Tabel 21. Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .....	78
Tabel 22. Nilai <i>R Square</i> .....	79
Tabel 23. Nilai <i>Original Sample, t statistics, dan P Values</i> .....	80

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022).....	1
Gambar 2. 10 Negara dengan Persentase Penggunaan <i>E-Commerce</i> Tertinggi di Dunia (April 2021).....	3
Gambar 3. Frekuensi Belanja <i>Online</i> Masyarakat .....	3
Gambar 4. Situs <i>E-Commerce</i> dengan Jumlah Pengunjung Terbanyak di Indonesia (Kuartal I 2022).....	5
Gambar 5. Kerangka Konseptual Penelitian.....	42
Gambar 6. Tahapan PLS .....	52
Gambar 7. <i>Inner Model</i> .....	53
Gambar 8. Diagram Jalur Penelitian .....	54
Gambar 9. Logo Shopee.....	60
Gambar 10. <i>Outer Model</i> .....	73
Gambar 11. <i>Inner Model</i> .....	82



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian .....	95
Lampiran 2. Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	101
Lampiran 3. Data Kuesioner Variabel Harga .....	103
Lampiran 4. Data Kuesioner Variabel Citra Merek.....	105
Lampiran 5. Data Kuesioner Variabel Kualitas Produk.....	107
Lampiran 6. Deskripsi Data Responden.....	109
Lampiran 7. Analisis Data Deskriptif.....	111
Lampiran 8. <i>Outer Model</i> SmartPLS.....	113
Lampiran 9. Hasil <i>Output</i> SmartPLS.....	114
Lampiran 10. <i>Inner Model</i> SmartPLS.....	116
Lampiran 11. t tabel.....	117
Lampiran 12. Bukti Penyebaran Melalui Media Sosial.....	118
Lampiran 13. Hasil Turnitin.....	122