



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, IKLAN, DAN *E-SERVICE*
QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SHOPEE FOOD JAKARTA
(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Food di Jakarta)**

SKRIPSI

VAZRAN AHLAN 1910111248

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

2023



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, IKLAN, DAN *E-SERVICE*
QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SHOPEE FOOD JAKARTA
(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Food di Jakarta)**

SKRIPSI

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

VAZRAN AHLAN 1910111248

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Vazran Ahlan

NIM : 1910111248

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

Jakarta, 21 Juni 2023

Yang menyatakan,



Vazran Ahlan

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Vazran Ahlan
NIM : 1910111248
Fakultas : Ekonomi & 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 *Brand Image*, Iklan, dan *E-Service Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Food Jakarta (Studi Pada Mahasiswa pengguna Shopee Food Di Jakarta).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, boleh menyimpan, mengalihs media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasi Skripsi saya selama masih mencantumkan nama Saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta, Indonesia
Pada Tanggal : 19 Juli 2023
Yang Menyatakan,



Vazran Ahlan

PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, IKLAN, DAN E – SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE FOOD JAKARTA

(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Food di Jakarta)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Vazran Ahlan 1910111248

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 06 Juli 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, SE., M.Si
Ketua Penguji



Lina Arvani, S.E., M.M
Penguji I



Dienni Rubiatini Sholihah, SE., MM
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, SE., MM
Dekan



Siti Hidavati, SE., MM
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 06 Juli 2023

**The Influence of Brand Image, Advertising, and E-Service Quality On
Shopee Food Purchase Decisions Jakarta
(Study on Shopee Food User Students in Jakarta)**

By Vazran Ahlan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Brand Image, Advertising, and E-Service Quality on Shopee Food Purchasing Decisions (Study on Shopee food user students in Jakarta). The type of research used is quantitative research using 100 respondents processed using Smart PLS 4.0. The research results show that Brand Image has a positive and significant effect on shopee food purchasing decisions, this is evident through the tcount value of 2.279 and the significance value is 0.015. Advertising has a positive and significant impact on shopee food purchasing decisions, this is evidenced by the tcount value of 8.726 and the significance value is 0.000. E - Service Quality has a positive and significant impact on shopee food purchasing decisions, it is proven by the tcount value of 2.392 and the significance value is 0.021. Brand image, advertising, and E-Service Quality variables have a stimultan effect on Shopee Food purchasing decisions.

Keyword: *Brand Image, Advertising, E - Service Quality, Purchasing Decisions, Shopee Food*

**Pengaruh Brand Image, Iklan, Dan E-Service Quality Terhadap Keputusan
Pembelian Shopee Food Jakarta
(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee Food Di Jakarta)**

Oleh Vazran Ahlan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Brand Image*, Iklan, dan *E – Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian Shopee Food (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee food di Jakarta). Jenis riset yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan 100 responden yang di olah menggunakan Smart PLS 4.0. Hasil Riset memperlihatkan bahwa *Brand Image* berpengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian shopee food, ini terbukti lewat nilai thitung yaitu 2,279 serta nilai signifikansi ialah 0,015. Iklan berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian shopee food, itu terbukti dengan nilai thitung yaitu 8,726 serta nilai signifikansi ialah 0,000. *E – Service Quality* berdampak positif dan signifikan pada keputusan pembelian shopee food, itu terbukti dengan nilai t-hitung yaitu 2,392 serta nilai signifikansinya ialah 0,021. Variabel *Brand image*, Iklan, dan *E -Service Quality* berpengaruh secara stimultan terhadap keputusan pembelian Shopee Food.

Kata Kunci : *Brand Image*, Iklan, *E – Service Quality*, Keputusan Pembelian, Shopee Food

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

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GENAP TA. 2022/2023

Hari ini Rabu , tanggal 21 Juni 2023, telah dilaksanakan **Ujian Skripsi** bagi mahasiswa :

Nama : **Vazran Ahlan**

No.Pokok Mahasiswa : **1910111248**

Program : **Manajemen S.1**

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

Pengaruh Brand Image, Iklan, dan E - Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Shopee Food Jakarta (Studi pada Mahasiswa pengguna Shopee Food di Jakarta)

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

Penguji

| No | Dosen Penguji | Jabatan | Tanda Tangan |
|----|---------------------------------------|----------------|--------------|
| 1 | Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si | Ketua | 1. |
| 2 | Lina Aryani, SE, MM | Anggota I | 2. |
| 3 | Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M. | Anggota II **) | 3. |

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 21 Juni 2023

Mengesahkan

A.n. DEKAN

Kaprodi. Manajemen S.1

Siti Hidayati SE, MM.

PRAKATA

Puji dan syukur kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala yang telah memberikan kesempatan kepada saya sehingga saya dapat Menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh Brand Image, Iklan, dan E – Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Shopee Food (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopee food di Jakarta)”** serta dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Bantuan dari berbagai pihak baik berupa moral maupun materi yang mendorong semangat saya sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Selama melaksanakan penelitian ini, penulis mendapatkan banyak pengetahuan dan pembelajaran mengenai penelitian yang tentunya akan bermanfaat untuk kedepannya. Penelitian ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu, pada kesempatan ini saya menyampaikan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE., MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang telah memberikan kemudahan birokrasi terkait dengan proses awal pendaftaran usulan penelitian sampai selesai.
3. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Terutama kepada Bapak dan Ibu Dosen Prodi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
4. Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M.selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta saran yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam menyusun usulan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan pengetahuan baik dari segi penulisan maupun dari isi laporan. Segala bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati diterima dan diharapkan dapat membantu agar penulisan penelitian ini dapat lebih baik lagi. Penulis berharap dengan adanya makalah ini dapat menambah pengetahuandan memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Jakarta, 05 Mei 2023

Vazran Ahlan

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR COVER | i |
| LEMBAR JUDUL | ii |
| PERNYATAAN ORISINALITAS | iii |
| PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| PENGESAHAN | v |
| ABSTRACT | vi |
| ABSTRAK | vii |
| BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI | viii |
| PRAKATA | viii |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Hasil Penelitian | 7 |
| BAB 2 | 9 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 9 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran..... | 9 |
| 2.1.2 Keputusan Pembelian | 10 |
| 2.1.3 Brand Image..... | 14 |
| 2.1.4 Iklan..... | 16 |
| 2.1.5 <i>E-Service Quality</i> | 18 |
| 2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya | 19 |
| 2.3 Model Penelitian | 27 |
| 2.3.1 Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian..... | 27 |
| 2.3.2 Pengaruh IKlan terhadap Keputusan Pembelian..... | 27 |
| 2.3.3 Pengaruh E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian | 28 |

| | |
|---|-----------|
| 2.4 Kerangka Berpikir..... | 29 |
| 2.4.1 Hipotesis | 29 |
| BAB 3 METODE PENELITIAN | 30 |
| 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 30 |
| 3.1.1 Definisi Operasional..... | 30 |
| 3.1.2 Pengukuran Variabel | 31 |
| 3.2 Penentuan Populasi dan Sampel | 32 |
| 3.2.1 Populasi | 32 |
| 3.2.2 Sampel..... | 32 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 34 |
| 3.3.1 Jenis Data..... | 34 |
| 3.3.2 Sumber Data | 34 |
| 3.3.3 Pengumpulan Data | 34 |
| 3.4 Teknik Analisis Data..... | 36 |
| 3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif | 37 |
| 3.4.2 Analisis Inferensial | 38 |
| 3.4.3 Uji Hipotesis | 41 |
| 3.4.3.1 Uji F dan Uji R ² | 41 |
| 3.4.3.2 Uji t..... | 41 |
| BAB IV | 44 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 44 |
| 4. 1 Deskripsi Objek Penelitian | 44 |
| 4.2 Deskripsi Data Penelitian | 45 |
| 4.2.1 Deskripsi Data Responden..... | 45 |
| 4.2.2 Analisis Data Deskriptif | 48 |
| 4. 3 Uji Hipotesis dan Analisis..... | 52 |
| 4.3.1 Model Pengukuran (Outer Model)..... | 53 |
| 4.3.1.1 Uji Validitas..... | 55 |
| 4.3.1.2 Uji Reliabilitas | 60 |
| 4.3.2 Model Struktural (Inner Model)..... | 61 |
| 4. 3.2.1 R Square | 62 |
| 4.3.3 Uji Hipotesis | 62 |
| 4.3.3.1 Uji T-Statistik | 62 |
| 4.3.3.2 Uji F | 64 |

| | |
|---|-----------|
| 4. 4 Pembahasan | 65 |
| 4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 65 |
| 4.4.2 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian | 67 |
| 4.4.3 Pengaruh <i>E – Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian | 68 |
| 4.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , Iklan, Dan <i>E – Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 69 |
| 4. 5 Keterbatasan Penelitian | 70 |
| BAB V | 71 |
| SIMPULAN DAN SARAN | 71 |
| 5.1 Simpulan..... | 71 |
| 5.2 Saran..... | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 73 |
| LAMPIRAN..... | 76 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya | 24 |
| Table 2. Pengukuran Variabel Pada Kuesioner | 32 |
| Table 3. Peringkat Jawaban Kuesioner | 35 |
| Table 4. Kisi-kisi Instrumen Penelitian | 36 |
| Table 5. Interpretasi Nilai Indeks | 38 |
| Table 6. Uji Reliabilitas | 40 |
| Table 7. Interpretasi Nilai Indeks Responden | 48 |
| Table 8. Hasil Jawaban Responden Terhadap Brand Image | 48 |
| Table 9. Hasil Jawaban Responden Terhadap Iklan | 49 |
| Table 10. Hasil Jawaban Responden Terhadap E – Service Quality | 50 |
| Table 11. Hasil Jawaban Responden Terhadap Keputusan Pembelian | 51 |
| Table 12. Keputusan Pembelian | 55 |
| Table 13. Brand Image | 56 |
| Table 14. Iklan | 57 |
| Table 15. E – Service Quality | 57 |
| Table 16. Average Variance Extracted (AVE) | 58 |
| Table 17. Cross Loading | 59 |
| Table 18. Composite Reliability | 60 |
| Table 19. Cronbach Alpha | 61 |
| Table 20. R - Square | 62 |
| Table 21. Uji T | 63 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. Grafik Jumlah Pengguna Internet | 1 |
| Gambar 2. Data Pengguna Food Delivery Asean 2022 | 2 |
| Gambar 3. Grafik Penggunaan Food Delivery Tahun 2022 | 4 |
| Gambar 4. Kerangka Model Penelitian | 29 |
| Gambar 5. Langkah - Langkah PLS | 38 |
| Gambar 6. Deskripsi Objek Penelitian | 44 |
| Gambar 7. Batasan Kriteria Responden Mahasiswa/i di Jakarta | 46 |
| Gambar 8. Batasan Kriteria Responden Pengguna Layanan Shoope Food | 46 |
| Gambar 9. Batasasn Kriteria Responden Usia >17 Tahun | 47 |
| Gambar 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 47 |
| Gambar 11. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Layanan | 47 |
| Gambar 12. Outer Model Smart PLS | 53 |
| Gambar 13. Outer Model Setelah Re-estimasi | 54 |
| Gambar 14. Inner Model | 65 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1. Kusioner | 75 |
| Lampiran 2. Data Kusioner 100 Responden | 80 |
| Lampiran 3. Hasil Deskriptif Data Responden | 90 |
| Lampiran 4. Hasil Analisis Data Deskriptif Dengan Output SmartPLS 4.0 | 92 |
| Lampiran 5. Hasil Output Outer Model SmartPLS 4.0 | 94 |
| Lampiran 6. Hasil Output Inner Model SmartPLS 4.0 | 96 |
| Lampiran 7. Hasil Output Model SmartPLS 4.0 | 97 |
| Lampiran 8. Riwayat Hidup | 100 |
| Lampiran 9. Hasil Pengecekan Turnitin | 101 |