



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *FASHION* SECARA *ONLINE*
DI JAKARTA**

(Studi Pada Situs Belanja *Online* Zalora)

SKRIPSI

PRISCA DWI RATNA SARI

1610111166

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *FASHION* SECARA *ONLINE*
DI JAKARTA**

(Studi Pada Situs Belanja *Online* Zalora)

SKRIPSI

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

PRISCA DWI RATNA SARI

1610111166

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2020**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Prisca Dwi Ratna Sari

NIM : 1610111166

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

Jakarta, 08 Juli 2020

Yang Menyatakan,



Prisca Dwi Ratna Sari

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Prisca Dwi Ratna Sari
NIM : 1610111166
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 *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk *Fashion Secara Online* di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja *Online Zalora*)

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 dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 08 Juli 2020

Yang menyatakan,



Prisca Dwi Ratna Sari

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP MINAT BELI PRODUK *FASHION* SECARA *ONLINE* DI JAKARTA (Studi Pada Situs Belanja *Online Zalora*)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

PRISCA DWI RATNA SARI 1610111166

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 08 Juli 2020
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima:**



Dr. M.B. Nani Ariani, SE, MM
Ketua Penguji



Dr. Iwan Kresna Setiadi, SE, MM
Penguji I



Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, Msi
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Desmintari, SE, MM
Ketua Jurusan Manajemen



Wahyudi, SE, MM,
Ketua Program Studi Manajemen
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 08 Juli 2020

***The Influence of Brand Image, Price, and Service Quality on
Purchase Intention of Fashion Products Online in Jakarta
(Study on Zalora Online Shopping Sites)***

By Prisca Dwi Ratna Sari

Abstract

This research is a quantitative research that aims to study, analyze, and prove the influence of brand image, price, and service quality on purchase intention. The population in this study uses female respondents who live in Jakarta area and have shopped fashion products online at Zalora. The sample size is 75 respondents. The technique used in sampling is purposive sampling. This study uses data that has been distributed through questionnaires. Data analysis in this research is using Partial Least Square (PLS) analysis method with the help of SmartPLS 3.2.9 software. The results of this study indicate that (1) brand image has an influence on purchase intention with a path coefficient of 0.574. (2) price has an influence on purchase intention with a path coefficient of 0.558. (3) service quality has no influence on purchase intention with a path coefficient -0.288 .

Keywords: brand image, price, service quality, purchase intention.

**Pengaruh *Brand Image*, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap
Minat Beli Produk *Fashion* Secara *Online* Di Jakarta
(Studi Pada Situs Belanja *Online* Zalora)**

Oleh Prisca Dwi Ratna Sari

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan pengaruh antara *brand image*, harga, dan kualitas layanan terhadap minat beli. Populasi pada penelitian ini menggunakan responden wanita yang berdomisili di Jakarta dan pernah berbelanja *fashion online* di Zalora. Jumlah sampel yang digunakan yakni 75 responden. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel yakni *purposive sampling* dengan menggunakan data yang telah disebar melalui kuesioner pada penelitian ini. Data yang telah diisi oleh responden kemudian diolah dengan bantuan *software SmartPLS 3.2.9*. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa (1) *brand image* memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *fashion online* Zalora di Jakarta dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,574. (2) harga memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *fashion online* Zalora di Jakarta dengan nilai koefisien jalur 0,558. (3) kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli produk *fashion online* Zalora di Jakarta dengan koefisien jalur $-0,288$.

Kata Kunci: *brand image*, harga, kualitas layanan, dan minat beli.



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

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450, Telepon 021-7656971
Laman : www.upnvj.ac.id, e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GENAP TA. 2019/2020**

Hari ini Rabu tanggal 8 Juli 2020, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Prisca Dwi Ratna Sari

NIM : 1610111166

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut : Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* Secara *Online* di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja *Online Zalora*)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus* *)

Penguji

No.	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. M.B. Nani Ariani, SE, MM	Ketua	1.
2	Dr. Iwan Kresna Setiadi, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, Msi	Anggota II **)	3.

Keterangan :

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Jakarta, 8 Juli 2020

Mengesahkan

A.n. Dekan

Kepala Program Studi Manajemen

Program Sarjana

Wahyudi.,S.E.,M.M.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat membuat ulasan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Produk *Fashion Secara Online* di Jakarta (Studi Pada Situs Belanja *Online Zalora*)”**. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu Dr. Dianwicakasih Arieftiara, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bapak Wahyudi, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ibu Dr. Alfatih Manggabarani, SE, Msi selaku Dosen pembimbing I, dan terima kasih pula kepada Ibu Renny Husniati, SE MM selaku Dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam pelaksanaan bimbingan dan pengarahan dalam rangka penyelesaian penyusunan ulasan penelitian ini.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Alm. Papa H. Supriyono dan Mama Hj. Kaptiah selaku kedua orang tua serta kakak penulis Septiyana yang tidak henti-hentinya mendoakan yang terbaik dan memberikan semangat agar karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penulis juga berterima kasih kepada sahabat yang telah menemani penulis sejak masa sekolah Prima, Devia, Maya, dan teman-teman yang selalu menyemangati dan membantu selama di bangku universitas Meirina, Sastika, Grup Line Bacot serta seluruh teman-teman S1 Manajemen 2016 yang tidak dapat penulis ucapkan satu per satu.

Penulis berharap adanya saran dan masukan untuk skripsi ini dan semoga skripsi ini bermanfaat.

Jakarta, 24 Juni 2020



Prisca Dwi Ratna Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
PENGESAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7
2.1.1 Pemasaran.....	7
2.1.2 Minat Beli.....	8
2.1.2.1 Sifat-Sifat Pada Minat.....	9
2.1.2.2 Proses Minat Beli.....	9
2.1.2.3 Indikator-Indikator Minat Beli.....	10
2.1.3 <i>Brand Image</i>	11
2.1.3.1 Pembentukan <i>Brand Image</i>	11
2.1.3.2 Pengukuran <i>Brand Image</i>	12
2.1.4 Harga	13
2.1.4.1 Penetapan Harga.....	14

2.1.4.2	Faktor-Faktor Penetapan Harga	17
2.1.4.3	Indikator Harga	18
2.1.5	Kualitas Layanan.....	18
2.1.5.1	Karakteristik Kualitas Layanan	19
2.1.5.2	Indikator Kualitas Layanan.....	19
2.1.6	<i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli.....	20
2.1.7	Harga terhadap Minat Beli	21
2.1.8	Kualitas Layanan terhadap Minat Beli.....	21
2.2	Kerangka Pemikiran Empirik	21
2.3	Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
3.1.1	Definisi Operasional.....	23
3.1.2	Pengukuran Variabel	24
3.2	Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	24
3.2.1	Populasi	24
3.2.2	Sampel	25
3.3	Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.1	Jenis Data.....	26
3.3.2	Sumber Data	26
3.3.3	Pengumpulan Data	26
3.4	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	27
3.4.1	Teknik Analisis Data.....	27
3.4.4	Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		35
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	35
4.1.1	Profil.....	35
4.2	Deskripsi Data Penelitian	36
4.2.1	Deskripsi Data Responden.....	36
4.2.2	Analisis Data Deskriptif	40
4.3	Analisis dan Uji Hipotesis	44
4.3.1	Uji Validitas	45
4.3.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	49

4.4	Pembahasan	52
4.4.1	<i>Brand Image</i> dengan Minat Beli.....	52
4.4.2	Harga dengan Minat Beli.....	54
4.4.3	Kualitas Layanan dengan Minat Beli.....	55
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		57
5.1	Simpulan.....	57
5.2	Keterbatasan Penelitian	57
5.3	Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....		59
RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>TOP Brand Index Online Shop Fashion 2017-2019</i>	3
Tabel 2. Pengukuran Variabel	24
Tabel 3. Skala <i>Likert</i>	27
Tabel 4. Kisi-kisi Instrumen	27
Tabel 5. Peringkat Jawaban Kuesioner	28
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks Jawaban Responden	29
Tabel 7. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai <i>Alpha</i>	33
Tabel 8. Usia Responden.....	36
Tabel 9. Jenis Kelamin Responden.....	36
Tabel 10. Pekerjaan Responden.....	37
Tabel 11. Pendapatan Perbulan Responden.....	37
Tabel 12. Sumber Pendapatan Responden	38
Tabel 13. Wilayah Tempat Tinggal Responden	39
Tabel 14. Intensitas Penggunaan Zalora Dalam Sebulan	39
Tabel 15. Interpretasi Nilai Indeks Jawaban Responden	40
Tabel 16. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	41
Tabel 17. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	42
Tabel 18. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan	43
Tabel 19. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli.....	44
Tabel 20. <i>Outer Loading Factor</i>	46
Tabel 21. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	47
Tabel 22. <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	48
Tabel 23. <i>Composite Reliability</i>	48
Tabel 24. <i>Cronbach's Alpha</i>	49
Tabel 25. Nilai <i>R Square</i> dan <i>Adjusted R Square</i>	50
Tabel 26. Hasil Uji <i>t-statistic</i>	50
Tabel 27. Usia Responden.....	81
Tabel 28. Jenis Kelamin Responden.....	81
Tabel 29. Pekerjaan Responden.....	81
Tabel 30. Pendapatan Perbulan Responden.....	81

Tabel 31. Sumber Pendapatan Responden	82
Tabel 32. Wilayah Tempat Tinggal Responden	82
Tabel 33. Intensitas Penggunaan Zalora Dalam Sebulan	82
Tabel 34. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	83
Tabel 35. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga.....	83
Tabel 36. Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Layanan	84
Tabel 37. Tanggapan Responden Terhadap Minat Beli.....	84
Tabel 38. <i>Outer Loading Factor</i>	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Penetrasi Pengguna Internet 2017-2018	1
Gambar 2. Pola Perilaku Belanja Bergeser ke <i>Online</i>	2
Gambar 3. Model AIDA	9
Gambar 4. Langkah Menetapkan Harga	14
Gambar 5. Indikator Kualitas Layanan	20
Gambar 6. Kerangka Pemikiran Empirik	22
Gambar 7. Tahapan Analisis <i>PLS</i>	30
Gambar 8. Kerangka Model Penelitian	31
Gambar 9. <i>Outer Model</i>	45
Gambar 10. <i>Inner Model</i>	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Penelitian Terdahulu	60
Lampiran 2 Matriks Penelitian Terdahulu	65
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian	67
Lampiran 4 Data Kuesioner 75 Responden	73
Lampiran 5 Hasil Deskripsi Data Responden	81
Lampiran 6 Hasil Deskripsi Data Penelitian	83
Lampiran 7 Hasil <i>Output Outer Model PLS</i>	85
Lampiran 8 Hasil <i>Output Inner Model PLS</i>	86
Lampiran 9 Hasil <i>Output Model PLS</i>	87
Lampiran 10 <i>R Table</i> dan <i>T Table</i>	90
Lampiran 11 Hasil Turnitin	92