



**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA TOKOPEDIA DI JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

**ADITYA PASHA MUHAMMAD NATAWIJAYA      1810111097**

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



**PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA TOKOPEDIA DI JAKARTA SELATAN**

**SKRIPSI**

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

**ADITYA PASHA MUHAMMAD NATAWIJAYA      1810111097**

**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 : Aditya Pasha Muhammad Natawijaya**

**Nim : 1810111097**

**Bilamana Dikemudian Hari Ditemukan Ketidaksesuaian Dengan Pernyataan Saya Ini, Maka Dari Itu Saya Bersedia Dituntut Dan Diproses Sesuai Dengan Ketentuan Yang Berlaku.**

**Jakarta, 20 Juni 2022**

**Yang menyatakan,**



**Aditya Pasha Muhammad Natawijaya**

**PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI**  
**UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

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

Nama : Aditya Pasha Muhammad Natawijaya  
Nim : 1810111097  
Fakultas : Ekonomi  
Programa Studi : Manajemen Program Sarjana  
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, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokoepdia Di Jakarta Selatan**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty 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 : 20 Juni 2022

Yang menyatakan



Aditya Pasha Muhammad Natawijaya

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, KUALITAS LAYANAN, DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKOPEDIA DI  
JAKARTA SELATAN

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Aditya Pasha Muhammad Natawijaya

1810111097

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

Dr. Nobelson, MM., CPM

Ketua Penguji

Jenji Gunaedi Argo, SE, MM

Penguji I

Dr. Maria Assumpta Wikantiri, SS, MBA. CWM

Penguji II (Pembimbing)

Dr. Dianwicakasih Ariefiara, S.E, Ak., M.Ak., CA., CSRS

Dekan

Siti Hidayati, S.E., MM.

Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 8 Juli 2022

***The Effect of Price, Service Quality, and Brand Image on Purchase Decision at  
Tokopedia in South Jakarta***

***By Aditya Pasha Muhammad Natawijaya***

*Abstract*

*This research model is a quantitative research that aims to determine and prove the effect of Price, Service Quality and Brand Image on Purchase Decisions in e-commerce Tokopedia. This study uses respondent of South Jakarta as a sample and the number of samples used is 100 respondents with the Non-Probability Sampling method with purposive type. The data collection technique uses a questionnaire using the Google Form Platform. The test tool used is Partial Least Square (PLS) as a test tool. The test used in this study is the statistical T test, R test and Q test. The results of smart PLS 3.0 test are (1) there is a positive and significant influence of price on purchasing decision with 0.714 original sample score (2) there is a not significant influence of quality service on purchasing decision with 0.714 original sample score 0.400 (3) there is a not significant influence of brand image on purchasing decision with -267 original sample score*

**Keyword:** *Purchase Decision, Price, Service Quality, Brand Image*

# **Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Di Jakarta Selatan**

Oleh Aditya Pasha Muhammad Natawijaya

## **Abstrak**

Model penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh Harga, Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada *e-commerce* Tokopedia. Penelitian ini menggunakan responden masyarakat Jakarta Selatan sebagai sampel dan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden dengan metode *non probability sampling* dengan tipe *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner menggunakan *platform Google Form*. Alat uji yang digunakan adalah Partial Least Square 3.0 (PLS) sebagai alat uji. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t, uji R *square* dan uji Q *square*. Hasil uji smart PLS 3.0 adalah (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap keputusan pembelian dengan skor original sample 0,714 (2) terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan skor original sample 0,400 (3) terdapat pengaruh yang tidak signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan skor original sample -0.267

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



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 GENAP TA. 2021/2022**

Hari ini Senin , tanggal 04 Juli 2022, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Aditya Pasha Muhammad Natawijaya

No.Pokok Mahasiswa : 1810111097

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :  
Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia Di Jakarta Selatan

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak Lulus \**

Penguji

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

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 04 Juli 2022  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprosdi. Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM.



## PRAKATA

### PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena dengan nikmat dan karunia-NYA penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta Selatan” dengan lancar.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Dianwicakasih Arieftiara SE. Ak., M.Ak., CA., CSRS selaku dekan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Dr. Desmintari, S.E. M.M. selaku Ketua Jurusan Program Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Ibu Siti Hidayati S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Ibu Dr. Alfatih S. Manggabarani, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik, Ibu Maria Dr. Assumpta Wikantari, SS, MBA, CWM selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan saran yang sangat bermanfaat bagi keberhasilan penulisan karya tulis ini.

Di samping itu, penulis juga berterima kasih kepada orang tua, saudara, dan teman-teman yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.

Tidak lupa penulis mohon maaf atas segala kekeliruan yang mungkin terjadi pada penulisan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, Maret 2022



Aditya Pasha Muhammad Natawijaya

## 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</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</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. Perumusan Masalah .....	6
I.3. Tujuan Penelitian .....	6
I.4. Manfaat Hasil Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
II.1. Landasan Teori.....	8
II.1.1. Manajemen Pemasaran.....	8
II.1.2. Perilaku Konsumen .....	9
II.1.3. Keputusan Pembelian.....	10
II.1.3.1. Definisi Keputusan Pembelian .....	10
II.1.3.2. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	10
II.1.3.3. Proses Keputusan Pembelian.....	13
II.1.3.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	15
II.1.4. Harga.....	16
II.1.4.1. Harga.....	16
II.1.4.2. Tujuan Penetapan Harga .....	16

II.1.4.3. Strategi Penetapan Harga .....	17
II.1.4.4. Indikator Harga .....	18
II.1.5. Kualitas Pelayanan.....	18
II.1.5.1. Definisi Kualitas Pelayanan .....	18
II.1.5.2. Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
II.1.6. Citra Merek.....	20
II.1.6.1. Definisi Citra Merek .....	20
II.1.6.2. Manfaat Citra Merek.....	20
II.1.6.3. Indikator Citra Merek.....	21
II.2. Hasil Penelitian Sebelumnya .....	22
II.3. Model Penelitian Empiris .....	28
II.3.1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
II.3.2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian .....	29
II.3.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	29
II.4. Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
III.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	31
III.1.1. Definisi Operasional .....	31
III.1.2. Pengukuran Variabel .....	31
III.2. Penentuan Populasi dan Sampel .....	33
III.2.1. Populasi.....	33
III.2.2. Sampel .....	33
III.3. Teknik Pengumpulan Data .....	34
III.3.1. Jenis Data .....	34
III.3.2. Sumber Data.....	35
III.3.3. Pengumpulan Data.....	35
III.4. Teknik Analisis Data .....	37
III.4.1. Teknik Analisis Data Deskriptif.....	37
III.4.2. Teknik Analisis Data Inferensial .....	39
III.4.3. Uji Instrumen.....	41
III.4.3.1. Uji Validitas .....	41
III.4.3.2. Uji Reliabilitas.....	41
III.4.4. Uji Hipotesis.....	41
III.4.4.1. Uji <i>R square</i> (koefisien determinan) .....	41

III.4.4.1. Uji Q <i>square</i> ( $Q^2$ ) .....	42
III.4.4.3. Uji t (Uji Parsial) .....	42
III.4.5. Kerangka Pemikiran .....	43
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
IV.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	45
IV.1.1 Profil Perusahaan Tokopedia .....	45
IV.2. Deskripsi Data Penelitian .....	46
IV.2.1. Deskripsi Data Responden.....	46
IV.2.2 Analisis Data Deskriptif .....	49
IV.3. Uji Hipotesis dan Analisis.....	52
IV.3.1. Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	52
IV.3.1.1. Uji Validitas Konvergen .....	54
IV.3.1.2. Uji Validitas Diskriminan .....	57
IV.3.1.3. Uji Reliabilitas.....	59
IV.3.2. Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	60
IV.3.2.1. Uji R Square.....	60
IV.3.2.2. Uji t.....	61
IV.3.2.3. Uji Q-Square .....	62
IV.4. Pembahasan .....	63
IV.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia di Jakarta Selatan .....	63
IV.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia di Jakarta Selatan .....	65
IV.4.3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tokopedia di Jakarta Selatan .....	65
IV.5 Keterbatasan Penelitian .....	66
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
V.1. Kesimpulan .....	67
V.2. Saran .....	68
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya .....	25
Tabel 2. Pengukuran Variabel .....	32
Tabel 3. Skala Likert.....	35
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen .....	36
Tabel 5. Bobot Penilaian Berdasarkan Skala Likert .....	37
Tabel 6. Nilai Persentase Responden.....	38
Tabel 7. Kategori Realilitas Nilai Alpha.....	41
Tabel 8. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin .....	46
Tabel 9. Kriteria responden didasarkan pada usia .....	47
Tabel 10. Kriteria responden didasarkan pada pekerjaannya.....	47
Tabel 11. Kriteria responden didasarkan penggunaan aplikasi .....	48
Tabel 12. hasil indeks tanggapan responden terhadap keputusan pembelian .....	49
Tabel 13. hasil indeks tanggapan responden terhadap harga .....	50
Tabel 14. hasil indeks tanggapan responden terhadap keamanan .....	51
Tabel 15. hasil indeks tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan .....	52
Tabel 16. Loading Factor .....	54
Tabel 17. AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ).....	56
Tabel 18. Cross Loading .....	57
Tabel 19 Hasil Nilai Cronbach Alpha dan Composite Realibility .....	59
Tabel 20 Nilai R Square.....	60
Tabel 21 Hasil Uji t.....	61
Tabel 22 Hasil Uji Q-Square .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2022.....	1
Gambar 2 Persaingan Toko Online di Indonesia.....	3
Gambar 3 Daftar <i>E-commerce</i> yang mendirikan kantor di Jakarta Selatan .....	112
Gambar 4 Ulasan Tokopedia di Google Play .....	112
Gambar 5 Model Penelitian.....	30
Gambar 6 Langkah-langkah PLS.....	39
Gambar 7 Kerangka Model Penelitian.....	44
Gambar 8 Outer Model Penelitian .....	54
Gambar 9 Inner Model.....	62

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	74
Lampiran 2 Data Kuesioner 100 Responden.....	80
Lampiran 3 Hasil Analisis Deskriptif .....	90
Lampiran 4 Model Pengukuran (Outer Loading) .....	91
Lampiran 5 Hasil Output PLS .....	92
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	92