



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN, DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK *VIRTUAL BUKALAPAK***

(Studi di Wilayah Tangerang)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Nama: Farras Apikmumtazah

NIM : 43122010106

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2026



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN, DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK *VIRTUAL BUKALAPAK***

(Studi di Wilayah Tangerang)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama: Farras Apikmumtazah

NIM : 43122010106

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

JAKARTA

2026

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farras Apikmumtazah
NIM : 43122010106
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Virtual* Bukalapak (Studi di Wilayah Tangerang)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 5 Mei 2026



Farras Apikmumtazah

NIM 43122010106

 UNIVERSITAS MERCU BUANA	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No.Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : FARRAS APIKMUMTAZAH
NIM : 43122010106
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK VIRTUAL BUKALAPAK (Studi di Wilayah Tangerang)
Hasil Pengecekan Turnitin : 30%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **30%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 23 April 2026
Kepala Biro Perpustakaan

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

 2026/April/23/0000001010/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Farras Apikmumtazah
NIM : 43122010106
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Virtual Bukalapak (Studi di Wilayah Tangerang)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 27 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM
NIDN/NUPTK: 0311018004

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266121



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas seluruh rahmat, anugerah, serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Virtual Bukalapak*”**. Tidak sedikit kendala serta rintangan yang harus dihadapi oleh peneliti selama masa penyusunan proposal skripsi ini, namun dengan dukungan dari berbagai pihak, baik secara dukungan materil, maupun secara dukungan non-materil, sehingga penelitian proposal skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Peneliti menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi tidak lepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Bapak Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah memberikan waktu, saran, bimbingan, semangat, motivasi, nasehat–nasehat, dan pengetahuan yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang besar dan sebanyak–banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM, Ph.D selaku ketua program studi Manajemen S-1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Janfry Sihite, S.E., MSM, selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini hingga selesai.
5. Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral serta material yang tiada henti-

hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Teman-teman seperjuangan, khususnya yang selalu kebersamai dalam proses skripsi ini, saling menguatkan, dan berbagi tawa serta air mata. Terima kasih untuk cerita, pelukan hangat, dan semangat yang tak pernah padam
7. *Last but not least*, untuk diriku Farras Apikmumtazah, yang mungkin tidak pandai menunjukkan perasaan, tapi tetap memilih untuk bertahan, berjalan, dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terima kasih sudah kuat dan tidak menyerah, meskipun tidak selalu yakin. Semoga langkah ini menjadi bukti, bahwa saya mampu.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan semaksimal mungkin oleh peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membantu dan membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam proposal ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak agar dapat menambah pengetahuannya.

Jakarta, 5 Februari 2026

Farras Apikmumtazah

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farras Apikmumtazah
NIM : 43122010106
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Virtual Bukalapak (Studi di Wilayah Tangerang)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 5 Mei 2026
Yang menyatakan,



Farras Apikmumtazah
NIM 43122010106

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS LAYANAN, DAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PRODUK *VIRTUAL BUKALAPAK***

(Studi di Wilayah Tangerang)

FARRAS APIKMUMTAZAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari brand image, kualitas layanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk virtual Bukalapak di wilayah Tangerang. Sampel yang dipergunakan adalah sebanyak 300 responden, dihitung berdasarkan rumus Hair, *et al.* Metode pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* dengan teknik yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode survei, dengan instrument penelitian kuesioner melalui google form. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Layanan, kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, SERVICE QUALITY, AND
CUSTOMER TRUST ON PURCHASING DECISIONS FOR BUKALAPAK
VIRTUAL PRODUCTS***

(Study in the Tangerang Area)

FARRAS APIKMUMTAZAH

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of brand image, service quality, and consumer trust on purchase decisions. The population of this study consists of consumers who have purchased Bukalapak virtual products in the Tangerang area. A total of 300 respondents were selected as the research sample, determined based on the formula proposed by Hair et al. The sampling method used was non-probability sampling with a purposive sampling technique. Data were collected using a survey method through a questionnaire distributed via Google Forms. The data analysis technique employed in this study was Partial Least Squares (PLS). The results of the study indicate that Brand Image has a positive and significant effect on purchase decisions. Service quality also has a positive and significant effect on purchase decisions. In addition, consumer trust is proven to have a positive and significant effect on purchase decisions.

Keywords : Brand Image, Service Quality, Consumer Trust, Purchase Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	16
C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Kontribusi Penelitian.....	17
BAB II	18
KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	18
A. Kajian Pustaka.....	18
1. Manajemen Pemasaran	18
a) Pengertian Manajemen Pemasaran.....	18
b) Bauran Pemasaran	20
c) Perilaku Konsumen	22
2. Keputusan Pembelian.....	24
a) Pengertian Keputusan Pembelian.....	24

b) Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian.....	25
3. <i>Brand Image</i> atau Citra Merek	26
a) Pengertian <i>Brand Image</i> atau Citra Merek.....	26
b) Dimensi dan Indikator <i>Brand Image</i>	27
4. Kualitas Pelayanan.....	27
a) Pengertian Kualitas Pelayanan	27
b) Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	28
5. Kepercayaan Konsumen	30
a) Pengertian Kepercayaan Konsumen.....	30
b) Dimensi dan Indikator Kepercayaan Konsumen.....	31
4. Penelitian Terdahulu	32
B. Pengembangan Hipotesis	36
1. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	36
2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian	37
3. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	38
4. Kerangka Konseptual.....	39
BAB III.....	41
METODE PENELITIAN	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
B. Desain Penelitian.....	41
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	42
1. Variabel Penelitian.....	42
2. Operasionalisasi Variabel	44
D. Skala Pengukuran Variabel	47
E. Populasi dan Sampel	48
1. Populasi Penelitian.....	48
2. Sampel Penelitian.....	48
F. Metode Pengumpulan Data	49
G. Metode Analisis Data	50
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	50
2. Analisis Partial Last Square (PLS)	51

3. Langkah – Langkah Pengujian Analisis PLS.....	51
BAB IV	57
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
B. Analisis Deskriptif.....	58
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i>	64
D. Pembahasan Hasil Penelitian	78
BAB V.....	84
KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	94



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ranking Appstore dan Playstore Bukalapak.....	7
Tabel 1. 2 Ulasan negatif pada aplikasi Bukalapak di playstore.....	9
Tabel 1. 3 Data hasil pra-survey	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Table 3. 1 Operasionalisasi Variabel	44
Table 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	47
Tabel 4. 1 Usia responden	58
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	59
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	59
Tabel 4. 4 Tempat Tinggal Responden	60
Tabel 4. 5 Deskripsi Perilaku Responden	61
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Variabel.....	62
Tabel 4. 7 Hasil <i>Outer Loading</i>	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	72
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	73
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Collinearity Statistic (VIF)</i>	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	75
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>f² (Effect Size)</i>	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Nilai <i>Q-square Predict</i>	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persaingan Toko Online di Indonesia (2021-2022)	6
Gambar 1. 2 E-commerce dengan pengunjung terbanyak Kuartal I-2023.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	39
Gambar 4. 1 Hasil <i>Algorithm</i> PLS	68



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2. Hasil Kuesioner	98
Lampiran 3. Deskripsi Responden.....	128
Lampiran 4. Hasil Uji Deskriptif Variabel.....	128
Lampiran 5. Hasil Uji <i>Factor Loading</i>	129
Lampiran 6. Hasil <i>Algorithm</i> PLS.....	130
Lampiran 7. Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	131
Lampiran 8. Hasil Uji <i>Convergent Validity (AVE)</i>	132
Lampiran 9. Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i>	132
Lampiran 10. Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	133
Lampiran 11. Hasil Uji <i>Collinearity Statistic (VIF)</i>	133
Lampiran 12. Hasil Uji Nilai <i>R-Square</i>	134
Lampiran 13. Hasil Uji <i>f² (Effect Size)</i>	134
Lampiran 14. Hasil Uji Nilai <i>Q-square Predict</i>	134
Lampiran 15. Hasil Uji Hipotesis	134