

**PENGARUH CITRA MEREK, KELENGKAPAN PRODUK  
DAN KEBUTUHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA BELANJA *ONLINE* MELALUI *E-COMMERCE***

**(Studi Kasus di Sekitar Kota Bekasi, Jawa Barat)**

SKRIPSI



UNIVERSITAS

Nama : Irma Della Salsabila

NIM : 43116210028

MERCU BUANA

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

**2020**

**PENGARUH CITRA MEREK, KELENGKAPAN PRODUK  
DAN KEBUTUHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA BELANJA *ONLINE* MELALUI *E-COMMERCE***

**(Studi Kasus di Sekitar Kota Bekasi, Jawa Barat)**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi  
Manajemen Universitas Mercu Buana**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Irma Della Salsabila**

**NIM : 43116210028**

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

**2020**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Irma Della Salsabila

NIM : 43116210028

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri, apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiarisme (penjiplakan).

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A

Jakarta, 05 Februari 2020



Irma Della Salsabila

NIM: 43116210028

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Irma Della Salsabila  
NIM : 43116210028  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kelengkapan Produk dan Kebutuhan terhadap Keputusan Pembelian pada Belanja *Online* Melalui *E-Commerce* (Studi Kasus di Sekitar Kota Bekasi, Jawa Barat)  
Tanggal Lulus : Selasa, 28 Januari 2020

Disahkan Oleh:

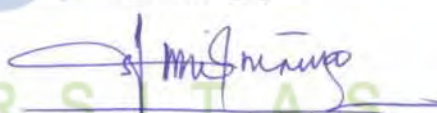
Pembimbing



Sari Puspitarini, S.E., M.M.

Tanggal: 05 februari 2020

Ketua Penguji



Supriyatno, S.Sos., M.M.

Tanggal: 05/02/2020

Dekan



Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA.

Tanggal: 06/02/2020

Ketua Program Studi S1  
Manajemen



Dr. Daru Asih, M.Si.

Tanggal: 06/02/2020



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kelengkapan produk dan kebutuhan terhadap keputusan pembelian pada belanja *online* melalui *E-Commerce*. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna internet yang telah melakukan belanja *online* melalui *E-Commerce* di sekitar Kota Bekasi, Jawa Barat. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 70 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Penelitian ini membuktikan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada belanja *online* melalui *E-Commerce*. Kelengkapan produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada belanja *online* melalui *E-Commerce*. Kebutuhan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada belanja *online* melalui *E-Commerce*.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Kelengkapan Produk, Kebutuhan, Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

*The research aims to analyze the influence of brand image, product completeness and the need for purchasing decisions on online shopping through E-Commerce. The population in this research is internet users who have been shopping online through E-Commerce around Bekasi City, West Java. The samples used in this study were 70 respondents. Sampling method using purposive sampling. The method of collecting data using a survey method with research instruments is a questionnaire. The data analysis method used is quantitative analysis. This research proves that brand image has a significant positive effect on purchasing decisions on online shopping through E-Commerce. Product completeness is negative and insignificant to purchasing decisions on online shopping through E-Commerce. Needs has a significant positive effect on purchasing decisions on online shopping through E-Commerce.*

**Keywords:** *Brand Image, Product Completeness, Needs, Purchasing Decisions.*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Agung dan Maha Tinggi, taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan peneliti kekuatan, membekali dengan ilmu serta memperkenalkan dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada keharibaan Rasulullah Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wasallam.

Peneliti persembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat peneliti kasihi dan sayangi.

### **Mama dan Bapak Tercinta**

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga, peneliti persembahkan karya kecil ini kepada Mama (Rositawati) dan Bapak (Winda Sanjaya Hadinata) yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, ridho dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat peneliti balas hanya dengan selembar kertas bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Mama dan Bapak bahagia. Terima kasih untuk segalanya, Ma, Pak.

### **Adik Tersayang**

Sebagai tanda terima kasih, peneliti persembahkan karya kecil ini untuk adik (Shafira Hummaira Athifa). Terima kasih telah memberikan semangat serta keceriaan dalam



menyelesaikan skripsi ini. Semoga peneliti dapat menjadi contoh dan teladan yang baik untuk hari ini dan seterusnya.

#### **Para Sahabat**

Teruntuk para sahabat yang selalu memberikan kasih sayang, keceriaan, motivasi, nasihat, dukungan moral serta materil yang selalu membuat peneliti semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Genk YUK SQUAD (Muhammad Sony Ali Akbar, Rohayani Oktavia, Muhammad Hidayatullah, Sri Sulastri, Ilham Wahyu Ramadhan), Putri Damayanti, Sisca Melinda dan Audia Dwi Setia. Terima kasih untuk segala hal yang tidak akan bisa peneliti lupakan.

#### **Dosen Pembimbing**

Ibu Sari Puspitarini, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi peneliti, terima kasih atas bantuan Ibu selama ini, nasihat, pelajaran, pengarahan hingga skripsi ini selesai.

Untuk semua pihak yang peneliti sebutkan, terima kasih atas semuanya. Semoga Allah senantiasa membalas setiap kebaikan yang dengan tulus dan ikhlas diberikan kepada peneliti, serta selalu Allah mudahkan dan berkahi segala urusannya.

**Aamiin Allahumma Aamiin.**



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT, atas berkat, rahmat dan hidayah-Nya penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Kelengkapan Produk dan Kebutuhan terhadap Keputusan Pembelian pada Belanja Online Melalui E-Commerce (Studi Kasus di Sekitar Kota Bekasi, Jawa Barat)”** dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip Diposumarto, M.S., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Bapak Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Eri Marlapa, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Kampus D Jatisampurna.

5. Ibu Sari Puspitarini, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, serta nasihat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang dengan dedikasi dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu dan pengetahuan yang dimiliki kepada peneliti.
7. Seluruh jajaran staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan membantu peneliti dalam mengurus segala urusan perkuliahan.
8. Seluruh *office boy* dan petugas parkir Universitas Mercu Buana Kampus D Jatisampurna yang dengan keramahan dan kesabarannya sehingga peneliti dapat menjalankan perkuliahan dengan rasa aman dan nyaman.
9. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
10. Teman-teman satu perjuangan, Putri Damayanti, Sisca Melinda dan Audia Dwi Setia, terima kasih atas kebaikan, kepedulian dan kasih sayang yang selalu diberikan untuk peneliti. *You always have my support, care and love.*
11. Para sahabat tercinta dan terkasih, Rohayani Oktavia, Muhammad Sony Ali Akbar, Muhammad Hidayatullah, Ilham Wahyu Ramadhan dan Sri Sulastri, terima kasih atas cinta, doa, dukungan, kepedulian, kehangatan dan keceriaan yang selalu ada. Terima kasih selalu menemani dalam suka maupun duka, serta tetap bersedia

bersama walau menyadari peneliti memiliki banyak sekali kekurangan dan kekhilafan.

12. Teruntuk Aprilia Baiin, Desy Kurnia, Fadl Muhammad Ilham, Andi Wijaya Pamungkas, Nasrullah Noval Ariga, Imam Agus Santoso, Akhmad Kamaludin, Aisyah Sitha Azhari, Dini Alfiani Sukma, Dyah Ayu Setyoningsih, Farida Nur Fatimah, Adelia Suryani, terima kasih atas dukungan dan doa yang selalu ada untuk peneliti.
13. *My unbiological sisters*, Dian Safitri dan Rafa Tsuraya Fatiningtyas, terima kasih atas kebaikan, dukungan dan kepedulian yang selalu diberikan kepada peneliti. Terima kasih selalu bersedia menjadi pendengar dan pemberi solusi yang baik.
14. Teman-teman S1 Manajemen angkatan 2016 khususnya Manajemen Pemasaran yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas kekompakan, kebersamaan dan kepedulian yang terbentuk selama ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa dan dukungan kepada peneliti.

Sebagai manusia biasa, peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan dalam skripsi ini. Akhir kata,



semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 05 Februari 2020



Irma Della Salsabila



U N I V E R S I T A S  
M E R C U B U A N A



## DAFTAR ISI

|                                                                          | Halaman |
|--------------------------------------------------------------------------|---------|
| HALAMAN JUDUL                                                            | i       |
| SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI                                           | ii      |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI                                                | iii     |
| ABSTRAK                                                                  | iv      |
| <i>ABSTRACT</i>                                                          | v       |
| LEMBAR PERSEMBAHAN                                                       | vi      |
| KATA PENGANTAR                                                           | viii    |
| DAFTAR ISI                                                               | xii     |
| DAFTAR TABEL                                                             | xvi     |
| DAFTAR GAMBAR                                                            | xviii   |
| DAFTAR LAMPIRAN                                                          | xix     |
| BAB I PENDAHULUAN                                                        | I       |
| A. Latar Belakang Penelitian                                             | 1       |
| B. Rumusan Masalah                                                       | 11      |
| C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian                                      | 11      |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA KONSEPTUAL DAN<br>PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 13      |
| A. Kajian Pustaka                                                        | 13      |
| 1. Keputusan Pembelian                                                   | 13      |
| a. Definisi                                                              | 13      |
| b. Dimensi dan Indikator                                                 | 14      |
| c. Proses Pengambilan Keputusan                                          | 15      |
| 2. Citra Merek                                                           | 16      |
| a. Definisi Merek                                                        | 16      |
| b. Manfaat Merek                                                         | 17      |
| c. Definisi Citra Merek                                                  | 18      |

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| d. Dimensi dan Indikator                  | 19 |
| 3. Kelengkapan Produk                     | 21 |
| a. Definisi Produk                        | 21 |
| b. Definisi Kelengkapan Produk            | 22 |
| c. Dimensi dan Indikator                  | 22 |
| 4. Kebutuhan                              | 23 |
| a. Definisi                               | 23 |
| b. Dimensi dan Indikator                  | 24 |
| 5. Penelitian Terdahulu                   | 26 |
| B. Rerangka Konseptual                    | 30 |
| C. Pengembangan Hipotesis                 | 30 |
| 1. Citra Merek                            | 30 |
| 2. Kelengkapan Produk                     | 31 |
| 3. Kebutuhan                              | 32 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>          | 34 |
| A. Waktu dan Tempat Penelitian            | 34 |
| B. Desain Penelitian                      | 34 |
| C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel | 35 |
| 1. Definisi Variabel                      | 35 |
| a. Variabel Terikat                       | 35 |
| b. Variabel Bebas                         | 35 |
| 2. Operasionalisasi Variabel              | 36 |
| a. Keputusan Pembelian                    | 36 |
| b. Citra Merek                            | 37 |
| c. Kelengkapan Produk                     | 37 |
| d. Kebutuhan                              | 38 |
| D. Pengukuran Variabel                    | 39 |
| E. Populasi dan Sampel Penelitian         | 40 |
| 1. Populasi Penelitian                    | 40 |
| 2. Sampel Penelitian                      | 41 |

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| F. Teknik Pengumpulan Data                                          | 41 |
| G. Metode Analisis Data                                             | 42 |
| 1. Statistik Deskriptif                                             | 42 |
| 2. Uji Kualitas Data                                                | 43 |
| a. Uji Validitas Data                                               | 43 |
| b. Uji Reliabilitas                                                 | 43 |
| 3. Uji Asumsi Klasik                                                | 44 |
| a. Uji Normalitas                                                   | 44 |
| b. Uji Multikolonieritas                                            | 45 |
| c. Uji Heteroskedastisitas                                          | 46 |
| 4. Uji Kesesuaian Model                                             | 47 |
| a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )                              | 47 |
| b. Uji <i>F Analysis of Varian</i> (ANOVA)                          | 47 |
| 5. Uji Analisis Linier Berganda                                     | 48 |
| 6. Uji Hipotesis                                                    | 49 |
| a. Uji Parsial (Uji t)                                              | 49 |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>                                  | 50 |
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian                                   | 50 |
| 1. Tempat dan Waktu Penelitian                                      | 50 |
| 2. Karakteristik Profil Responden                                   | 50 |
| B. Hasil Uji Statistik Deskriptif                                   | 53 |
| 1. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel<br>Keputusan Pembelian | 55 |
| 2. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek            | 56 |
| 3. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kelengkapan<br>Produk  | 56 |
| 4. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kebutuhan              | 57 |
| C. Hasil Uji Kualitas Data                                          | 58 |
| 1. Hasil Uji Validitas                                              | 58 |
| 2. Hasil Uji Reliabilitas                                           | 60 |

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| D. Hasil Uji Asumsi Klasik                        | 61 |
| 1. Hasil Uji Normalitas                           | 61 |
| 2. Hasil Uji Multikolonieritas                    | 62 |
| 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas                  | 63 |
| E. Hasil Uji Kesesuaian Model                     | 63 |
| 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )      | 63 |
| 2. Hasil Uji F ANOVA                              | 64 |
| F. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda     | 65 |
| G. Hasil Uji Hipotesis                            | 66 |
| H. Pembahasan Hasil Penelitian                    | 68 |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>                   | 70 |
| A. Simpulan                                       | 70 |
| B. Saran                                          | 71 |
| 1. Bagi Perusahaan <i>E-Commerce</i> di Indonesia | 71 |
| 2. Bagi Akademisi                                 | 72 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                             | 73 |
| <b>LAMPIRAN</b>                                   | 79 |

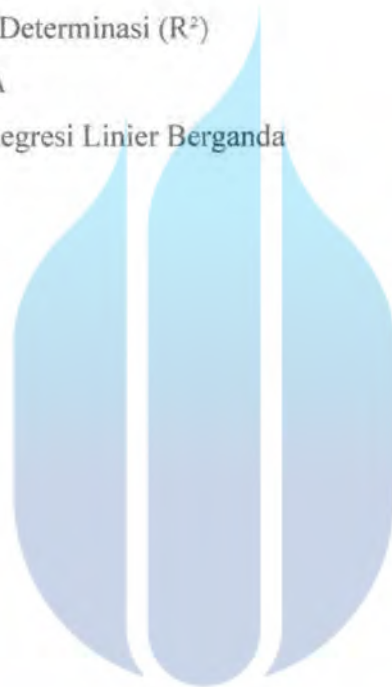
U N I V E R S I T A S  
**MERCU BUANA**



## DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul                                                                    | Halaman |
|-------|--------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1   | Jumlah Pengguna Internet di 25 Negara pada Tahun 2013-2018               | 2       |
| 1.2   | Beberapa Faktor Penilaian Terhadap <i>Platform</i> Belanja <i>Online</i> | 7       |
| 1.3   | Data Pra Survei                                                          | 9       |
| 2.1   | Penelitian Terdahulu                                                     | 26      |
| 3.1   | Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian                            | 36      |
| 3.2   | Operasionalisasi Variabel Citra Merek                                    | 37      |
| 3.3   | Operasionalisasi Variabel Kelengkapan Produk                             | 38      |
| 3.4   | Operasionalisasi Variabel Kebutuhan                                      | 38      |
| 3.5   | Instrumen Skala Likert                                                   | 40      |
| 3.6   | Skor Kuesioner dalam Skala Ordinal                                       | 42      |
| 4.1   | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin                        | 50      |
| 4.2   | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia                                 | 51      |
| 4.3   | Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan                            | 51      |
| 4.4   | Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan dalam Sebulan             | 52      |
| 4.5   | Kriteria Interpretasi Skor                                               | 53      |
| 4.6   | Hasil Uji Statistik Deskriptif                                           | 54      |
| 4.7   | Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian            | 55      |
| 4.8   | Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Citra Merek                    | 56      |
| 4.9   | Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kelengkapan Produk             | 56      |
| 4.10  | Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kebutuhan                      | 57      |
| 4.11  | Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian                         | 58      |
| 4.12  | Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek                                 | 59      |

|      |                                                 |    |
|------|-------------------------------------------------|----|
| 4.13 | Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk | 59 |
| 4.14 | Hasil Uji Validitas Variabel Kebutuhan          | 60 |
| 4.15 | Hasil Uji Reliabilitas                          | 61 |
| 4.16 | Hasil Uji Normalitas                            | 62 |
| 4.17 | Hasil Uji Multikolonieritas                     | 62 |
| 4.18 | Hasil Uji Heteroskedastisitas                   | 63 |
| 4.19 | Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )       | 63 |
| 4.20 | Hasil Uji F ANOVA                               | 64 |
| 4.21 | Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda      | 65 |
| 4.22 | Hasil Uji Hipotesis                             | 67 |



U N I V E R S I T A S  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul                                                        | Halaman |
|--------|--------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1    | Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> Tercepat | 4       |
| 1.2    | Penetrasi Pengguna Internet Provinsi di Indonesia            | 5       |
| 1.3    | Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia               | 6       |
| 2.1    | Rerangka Konseptual                                          | 30      |



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul                                                   | Halaman |
|----------|---------------------------------------------------------|---------|
| 1        | Kuesioner Penelitian                                    | 79      |
| 2        | Tabulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian | 85      |
| 3        | Tabulasi Jawaban Responden Variabel Citra Merek         | 87      |
| 4        | Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kelengkapan Produk  | 89      |
| 5        | Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kebutuhan           | 91      |
| 6        | Hasil Uji Statistik Deskriptif                          | 93      |
| 7        | Hasil Uji Validitas                                     | 96      |
| 8        | Hasil Uji Reliabilitas                                  | 102     |
| 9        | Hasil Uji Normalitas                                    | 103     |
| 10       | Hasil Uji Multikolonieritas                             | 104     |
| 11       | Hasil Uji Heteroskedastisitas                           | 105     |
| 12       | Hasil Uji Koefisien Determinasi                         | 106     |
| 13       | Uji F ANOVA                                             | 107     |
| 14       | Uji Analisis Regresi Linier Berganda                    | 108     |
| 15       | Uji Hipotesis                                           | 109     |
| 16       | Tabel r                                                 | 110     |
| 17       | Tabel F                                                 | 111     |
| 18       | Tabel t                                                 | 112     |