

**PENGARUH CITRA MEREK, GETOK TULAR
ELEKTRONIK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *E-
COMMERCE LAZADA.CO.ID*
SKRIPSI**



Nama : Pronika Diana Sihombing

NIM : 43117110377

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

JAKARTA

2022

**PENGARUH CITRA MEREK, GETOK TULAR
ELEKTRONIK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *E-
COMMERCE LAZADA.CO.ID***

**Skripsi diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Pronika Diana Sihombing

NIM : 43117110377

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

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Pronika Diana Sihombing

Nim : 43117110377

Program Studi : Manajemen S1

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 07 Juli 2022



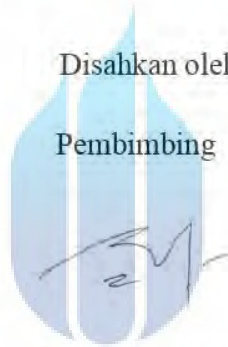
Pronika Diana Sihombing
Nim : 43117110377

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Pronika Diana Sihombing
NIM : 43117110377
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK GETUK TULAR ELEKTRONIK, DAN
PRESEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA E-COMMERCE LAZADA.CO.ID
Tanggal Sidang : 8 Juni 2022

Disahkan oleh :

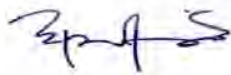
Pembimbing



Eri Mariapa, SE., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

A handwritten signature in black ink.

Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si.

A handwritten signature in black ink.

Dr. H. Sommy Indrajaya, MM

LPTA 06221359



Please Scan QRCode to Verify

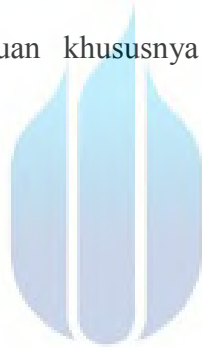
KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahkan rahmat dan karunia Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Getok Tular Elektronik, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *E-Commerce* Lazada.co.id”. Proposal ini merupakan syarat tugas untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana. Penyusunan proposal ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, Khususnya Dr. Wahyu Hari Haji, MMSI selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya serta motivasi, saran, waktu luang selama bimbingan, sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini dan dengan segala kerendahan hati penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal ini terutama kepada :

1. Dr. Harwikarya, M.T. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dr. H. Sonny Indrajaya, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sabar Sihombing dan Ibu Elfrida Silitonga yang memberikan dukungan, semangat dan motivasi serta kasih sayang yang tiada hentinya.

6. Teman seperjuangan yang selalu membantu, memberikan semangat, motivasi, dan bertukar pikiran.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari bahwa penelitian proposal ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga proposal ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.



Jakarta, 12 Juli 2021

Pronika Diana Sihombing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kontribusi Penelitian.....	14
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS.....	15
A. Kajian Pustaka.....	15
1. Perilaku Konsumen	15
2. Keputusan Pembelian	18
3. Citra Merek.....	20
4. Getok Tular Elektronik.....	25
5. Persepsi Harga	27
6. Penelitian Terdahulu.....	29
7. Hubungan Antar Variabel	33
B. Rerangka Pemikiran	36
C. Hipotesis.....	36
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
A. Waktu dan Tempat Penelitian	38
B. Desain Penelitian.....	38
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	39

1. Definisi Variabel	39
2. Operasionalisasi Variabel	40
D. Skala Pengukuran	42
E. Populasi dan Sampel Penelitian	43
1. Populasi Penelitian	43
2. Sampel Penelitian	44
F. Metode Pengumpulan Data	45
G. Metode Analisis Data	46
1. IBM SPSS Statistic 23	46
2. Uji Instrumen	47
3. <i>Partial Least Square</i> (PLS)	48
4. Langkah – langkah pengujian Analisis PLS	48
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif	52
1. Deskripsi Responden	52
2. Deskripsi Variabel	55
C. Hasil Analisis Data <i>Partial Least Square</i> (PLS)	58
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
2. Evaluasi Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	67
3. Hasil Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	70
2. Pengaruh Getok Tular Elektronik terhadap Keputusan Pembelian	71
3. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	72
BAB V	73
KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	82

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Hasil Survei Awal	11
2.1	Penelitian Terdahulu	29
3.1	Operasionalisasi Variabel	41
3.2	Instrumen Skala Likert.....	43
4.1	Jenis Kelamin Responden	52
4.2	Usia Responden.....	52
4.3	Pekerjaan Responden	53
4.4	Pengeluaran Perbulan Responden	54
4.5	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	55
4.6	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Getok Tular Elektronik.....	56
4.7	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Persepsi Harga	56
4.8	Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	57
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	60
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	62
4.11	Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)	64
4.12	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	65
4.13	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Fornell-Lacker Criterion)</i>	66
4.14	Hasil Uji <i>Discriminant Validity (Heterotrait-Monotrait Ratio)</i>	66
4.15	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	67
4.16	Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	68
4.17	Hasil Pengujian Hipotesis	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan E-Commerce Tercepat.....	3
1.2	Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia	4
1.3	Faktor-faktor Penilaian Terhadap Platform Belanja Online	6
1.4	Hasil Survei Online Shop Terbaik 2018 dan Yang Akan Bersinar di 2019..	8
2.1	Model Rerangka Konseptual Penelitian.....	35
4.1	Hasil Algoritma PLS	60
4.2	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	62
4.3	Hasil Uji Bootstrapping.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	: Kuesioner	82
Lampiran 2	: Tabulasi Hasil Kuisisioner Penelitian	87
Lampiran 3	: Hasil Output SPSS 28.....	92
Lampiran 4	: Hasil Output PLS.....	96

