

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TOKOPEDIA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
NAMA : NINDI MEGAWATI
NIM : 43117010330
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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



NAMA : NINDI MEGAWATI

NIM : 43117010330

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

2023

i

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nindi Megawati

NIM : 43117010330

Program Studi : S1Manajemen

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 *plagiat* (penjiplak).

Demikian pernyataan ini, saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 13 September 2023



Nindi Megawati


NIM: 43117010330

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nindi Megawati
NIM : 43117010330
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANTOKOPEDIA
Tanggal Sidang : 23 Agustus 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

LPTA 09232812



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal skripsi ini dengan judul **”KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKOPEDIA”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan Proposal skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya, Ibu **Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE., M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh Karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah SWT yang telah mencurahkan anugerahnya dan ingin berterimakasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si., AK selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta
3. Jajaran Program Studi Manajemen S1, Bapak Dudi Permana, Ph.D selaku kaprodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Ibu Febrina Mahliza, S.E., M.Si., selaku dosen penelaah sidang skripsi.
5. Bapak Hamdan, S.E., M.M., selaku dosen penelaah sidang skripsi.
6. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu yang sangat bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.

7. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar yang telah memberikan semangat, doa, dukungan, motivasi, pengertiannya dan kasih sayang yang tiada batasnya sehingga penulis bisa mencapai pendidikan hingga saat ini.
8. Teman seperjuangan Intan Yolanda, Arum Widiyari, Nanda Della, Siti Nur Janah dan lain-lain yang telah mendukung dan menyemangati ataupun menemani untuk setiap kejenuhan yang selalu menghampiri penulis dari awal semester sampai akhir semester.

Penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam penelitian ini.

Jakarta, 7 Maret 2023

Nindi Megawati

NIM:43117010330



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Kontribusi Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
A. Kajian Pustaka	13
1. Perilaku Konsumen.....	13
2. Manajemen Pemasaran	14
3. Kualitas Pelayanan.....	16
4. Citra Merek	19
5. Kualitas Produk.....	22
6. Keputusan Pembelian.....	24
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Pemikiran Konseptual	33
D. Hipotesis Penelitian	33
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Waktu Dan Tempat Penelitian.....	36
B. Desain Penelitian	36

C. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	37
D. Definisi Operasional Variabel	38
1. Variabel Dependen.....	38
2. Variabel Independen	39
3. Operasional Variabel	39
E. Metode Pengumpulan Data.....	39
F. Skala Pengukuran	40
G. Metode Analisis Data	40
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model.....	41
2. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>) dan Uji Hipotesis.....	42
3. T-Statistic (Bootstrapping).....	43
BAB IV PEMBAHASAN.....	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	44
B. Analisis Deskriptif.....	45
1. Karakteristik Responden.....	45
2. Deskripsi Jawaban Responden.....	48
C. Hasil Uji Kualitas Data.....	52
1. Evaluasi <i>Measurement (outer)</i> Model.....	52
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	56
3. Hasil Pengujian Hipotesis (<i>Bootstrap</i>).....	57
D. Pembahasan Hasil Penelitian	58
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	58
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian.....	59
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
A. Simpulan	61
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	70



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar E-commerce yang sering dikunjungi masyarakat Indonesia	6
Tabel 1. 2 Hasil Kuisisioner Pra Survey Penelitian.....	10
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Operasional Variable.....	39
Tabel 3. 2 Skala Likert	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	46
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	47
Tabel 4. 6 Uji Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 4. 7 Uji Deskripsi Variabel Citra Merek	49
Tabel 4. 8 Uji Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	50
Tabel 4. 9 Uji Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	51
Tabel 4. 10 Hasil pengujian <i>Convergent Validity</i>	52
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Cross loadings)</i>	54
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian AVE	55
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	55
Tabel 4. 14 Nilai R^2 Variabel Endogen.....	56
Tabel 4. 15 Hasil <i>Blinfolding</i>	57
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 – 2020	2
Gambar 1. 2 Pengunjung Web Bulanan (Kuartal I – 2020).....	3
Gambar 1. 3 E-Commerce Pengunjung Bulanan Tertinggi (Kuartal II - 2021).....	5
Gambar 2. 1 Rerangka Pemikiran Penelitian	33
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS	52
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	58

