

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* ZALORA INDONESIA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Ahmad Fadil
NIM : 43118110144

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA *E-COMMERCE* ZALORA INDONESIA**

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



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Nama : Ahmad Fadil

NIM 43118110144

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

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Fadil
NIM : 43118110144
Program Studi : S1 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 plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 November 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Ahmad Fadil

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Fadil
NIM : 43118110144
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA E-COMMERCE ZALORA INDONESIA
Tanggal Sidang : 29 November 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Setyo Riyanto, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen

A blue ink signature of Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA. is written over the watermark logo.

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

A blue ink signature of Dudi Permana, Ph.D. is written over the watermark logo.

Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 10233339



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *E-Commerce* Zalora Indonesia”**. 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 skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, terima kasih khususnya Bapak Prof. Dr. Setyo Riyanto, SE., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan semangat, pengetahuan dan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis demi terselesaikannya skripsi penelitian ini. penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

4. Seluruh dosen dan staf Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
5. Kepada Bapak dan Ibu, kedua orang tua penulis yang sangat penulis cintai yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya selalu kepada penulis.
6. Seluruh Teman-teman Manajemen S1 FEB Universitas Mercu Buana Angkatan 2018 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena nya, mohon saran yang membangun dari segenap pembaca, sehingga diharapkan demi perbaikan penelitian dimasa yang akan datang. 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, 28 November 2023

Ahmad Fadil

DAFTAR ISI

	Halaman
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	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	11
HIPOTESIS	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
a. Pengertian Manajemen Pemasaran	11
b. Karakteristik Strategi Pemasaran.....	12
2. Keputusan Pembelian	13
a. Pengertian Keputusan Pembelian	13
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan .	14
c. Dimensi dan Indikator Keputusan Menggunakan.....	15
3. Citra Merek.....	16
a. Pengertian Citra Merek.....	16
b. Manfaat <i>Brand</i>	17
c. Dimensi dan Indikator Citra Merek	18
4. Kualitas Pelayanan.....	19

a. Pengertian Kualitas Pelayanan	19
b. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan	20
5. Persepsi Harga	22
a. Pengertian Persepsi Harga	22
b. Dimensi dan Indikator Persepsi Harga	22
6. Penelitian Terdahulu	24
B. Pengembangan Hipotesis	31
C. Rerangka Konseptual	33
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Waktu dan Tempat Penelitian	34
B. Desain Penelitian	34
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	34
1. Definisi Variabel	34
2. Operasionalisasi Variabel	36
D. Skala Pengukuran Variabel	38
E. Populasi dan Sampel Penelitian	39
1. Populasi	39
2. Sampel	39
F. Metode Pengumpulan Data	41
G. Metode Analisis Data	41
1. Analisis Deskriptif	42
2. PLS (<i>Partial Least Square</i>)	42
3. Uji Hipotesis	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Gambaran Umum Perusahaan	49
B. Analisis Deskriptif	50
1. Karakteristik Responden	50
2. Deskriptif Jawaban Responden	52
C. Hasil Uji Kualitas Data	57
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	57
2. Pengujian Model Struktural atau Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)... ..	67
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72

A. Simpulan.....	72
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN.....	80



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Hasil Pra Survei Penelitian	7
2.1	Penelitian Terdahulu	24
3.1	Operasional Variabel Penelitian	36
3.2	Skala Likert.....	39
3.3	<i>Rule of Thumb</i> Validitas <i>Outer Model</i> Reflektif.....	43
3.4	<i>Rule of Thumb</i> Realibilitas <i>Outer Model</i> Reflektif	45
3.5	Ringkasan Kriteria Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	48
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	51
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	52
4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	53
	Citra Merek	
4.6	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	54
	Kualitas Pelayanan	
4.7	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	55
	Persepsi Harga	
4.8	Uji Deskriptif Jawaban Kuesioner Berdasarkan Variabel	56
	Keputusan Pembelian	
4.9	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	58
4.10	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	60
4.11	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loadings</i>).....	62
4.12	Hasil Pengujian AVE.....	63
4.13	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Fornell Lacker Criterium</i>).....	64
4.14	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> (<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>) .	64
4.15	Hasil Pengujian <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	65
4.16	Hasil Pengujian Multikolinearitas (<i>Inner VIF Model</i>).....	66
4.17	Nilai R^2 Variabel Endogen.....	66
4.18	Hasil Pengujian <i>f-Square</i>	67

4.19	Hasil Pengujian Redudansi Validasi-Silang Konstruk (<i>Q-Square</i>)	68
4.20	Hasil Pengujian Hipotesis.....	69



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1.	Penetrasi Pengguna Internet Indonesia 2019-2020.....	1
1.2.	Proyeksi Transaksi <i>E-Commerce</i> di Indonesia	3
1.3.	<i>Platform E-Commerce</i> Pengunjung Terbanyak	4
1.4.	Top 10 <i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2023	5
2.1.	Rerangka Konseptual	33
4.2.	Hasil Algoritma PLS.....	59
4.3.	Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	61
4.4.	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	69



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	80
2	Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden.....	85
3	Hasil Kuesioner Google <i>Form</i>	115
4	Hasil Olah Data PLS.....	138

