

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
ONLINE DI SHOPEE PADA KARYAWAN DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:**

**CRISMENY WITALOCA PURBA**

**180910410**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM**

**TAHUN 2022**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
ONLINE DI SHOPEE PADA KARYAWAN DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:**

**CRISMENY WITALOCA PURBA**

**180910410**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2022**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Crismeny Witaloca Purba  
NPM : 180910410  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat dengan judul:

### **Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Di Shopee Pada Karyawan di Kota Batam**

Adalah hasil karya saya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah "Skripsi" ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 29 Juli 2022

Yang membuat pernyataan,



Crismeny witaloca Purba

180910410

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
ONLINE DI SHOPEE PADA KARYAWAN DI KOTA  
BATAM**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana

Oleh:

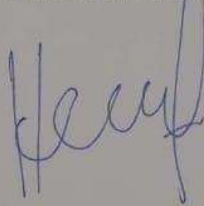
Crismeny Witaloca Purba

180910410

Telah disetujui pembimbing pada tanggal

Seperti tertera dibawah ini

Batam, 29 Juli 2022



Heryenzus, S.Kom., M.Si.

Pembimbing

## ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada konsumen Shopee di Kota Batam baik secara parsial dan simultan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif. Pengambilan sampel dengan metode *probability sampling* dengan jenis *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan instrument kuesioner sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Pengujian dalam Penelitian ini menggunakan SPSS 25. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji f. Hasil koefisien determinan ( $R^2$ ) yang diperoleh dari variabel citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,792 (79,2%). Hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh sebesar 0,377 (37,7%) terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh sebesar 0,409 (40,9%) terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa dari uji t dan uji f citra merek dan harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian serta citra merek dan harga bersama-sama berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian terhadap Shopee.

**Kata Kunci:** Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of Brand Image and Price on Purchase Decisions on Shopee consumers in Batam City, both partially and simultaneously. The sampling method in this research is using descriptive quantitative methods. Sampling with probability sampling method with the type of simple random sampling. Data collection techniques using a questionnaire instrument as many as 100 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression. Tests in this study using SPSS 25. Hypothesis testing in this study using t test and f test. The result of the determinant coefficient (R<sup>2</sup>) obtained from the brand image and price variables on purchasing decisions is 0.792 (79.2%). The results of multiple linear regression indicate that brand image has an effect of 0.377 (37.7%) on purchasing decisions and price has an effect of 0.409 (40.9%) on purchasing decisions. It can be concluded that from the t-test and f-test, brand image and price have a partially significant effect on purchasing decisions and brand image and price together have a significant simultaneous effect on purchasing decisions on Shopee.*

**Keywords:** *Brand Image, Price and Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan Rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian produk Online di Shopee pada Karyawan di Kota Batam” yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu kritik dan saran senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bimbingan, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu **Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.Si.**, selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak **Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T.,M.I.Kom.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
3. Ibu **Mauli Siagian, S.Kom.,M.Si.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak **Heryenzus, S.Kom., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu dalam memberi bimbingan dan petunjuk sampai selesainya skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan;
6. Orang tua, kakak, adik-adik penulis dan keluarga besar yang telah memberi doa dan dukungan kepada penulis.
7. Semua teman-teman, kakak, abang seangkatan penulis yang memberi motivasi dan membantu penulis hingga penelitian ini selesai.

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1. Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian .....	8
1.6 Manfaat Penelitian .....	8
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II.....</b>	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2. Kajian teori.....	10
2.1 Merek .....	10
2.1.1 Pengertian Merek.....	10
2.1.2 Citra merek.....	10
2.1.2.3 Manfaat Citra Merek.....	11
2.1.2.4 Indikator citra merek.....	12
2.1.2.5 Faktor-faktor citra merek .....	12
2.1.3 Harga.....	14
2.1.3.1 Pengertian Harga.....	14
2.1.3.2 Metode Penetapan Harga .....	15



2.1.3.3 Indikator Harga .....	16
2.1.4 Keputusan pembelian .....	18
2.1.4.1 Pengertian keputusan pembelian.....	18
2.1.4.2 Proses Keputusan Pembelian .....	18
2.1.4.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	19
2.1.4.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	20
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.3.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
2.3.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.3.3 Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
<b>BAB III.....</b>	<b>29</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	29
3.2 Sifat penelitian .....	29
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	30
3.3.1 lokasi penelitian .....	30
3.3.2 Periode Penelitian .....	30
3.4.1 Populasi.....	30
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	31
3.4.3 Teknik Sampling.....	32
3.5 Sumber Data.....	32
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.7 Defenisi Operasi Variabel Penelitian .....	33
3.7.1 Variabel Independen .....	34
3.7.2 Variabel Dependen.....	34
3.8 Metode Analisis Data.....	35
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	36
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	36
3.8.2.1 Uji Validitasi Data .....	36
3.8.2.2 Uji Realibitas .....	37
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.8.3.1 Uji Normalistik Data.....	38

3.8.3.1 Uji Multikolinearitas .....	38
3.8.3.2 Uji Heterokedasita .....	39
3.8.4 Uji Pengaruh .....	39
3.8.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	39
3.8.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	40
3.9 Uji Hipotesis .....	41
3.9.1 Uji T .....	41
3.9.2 Uji F .....	41
<b>BAB IV</b> .....	<b>42</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	42
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	43
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	45
4.3.2 Deskriptif Variabel Harga.....	47
4.3.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	49
4.4 Analisis Data.....	50
4.4.1 Uji Validitas .....	50
4.4.3 Uji Normalitas.....	53
4.4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	55
4.4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	56
4.4.7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	57
4.5 Pengujian Hipotesis .....	58
4.5.1 Hasil Uji t.....	58
4.5.2 Hasil Uji F.....	59
4.6 Pembahasan.....	60
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian .....	60
4.6.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.6.3 Pengaruh Citra Merek, Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	60
4.7 Hasil Implasi Penelitian .....	61

<b>BAB V</b> .....	62
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	62
5.1 Simpulan .....	62
5.2 Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	64
<b>LAMPIRAN</b> .....	66
Lampiran 1 .....	66
Lampiran 2 .....	32
Lampiran 3 .....	33

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Top Marketolace Q3 2021 .....	3
<b>Gambar 1. 2</b> Penjualan terbanyak merek smartphone Indonesia Q2 .....	4
<b>Gambar 1. 3</b> Lanskap E-commerce di Indonesia dari Perspektif Konsumen .....	6
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran .....	27
<b>Gambar 4. 1</b> Histogram .....	53
<b>Gambar 4. 2</b> P-P plot .....	54
<b>Gambar 4. 3</b> Scatterplot.....	56

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1</b> Perbandingan Harga di Shopee dan Tokopedia.....	5
<b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu .....	23
<b>Tabel 3. 1</b> Jadwal penelitian .....	30
<b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert .....	33
<b>Tabel 3. 3</b> Operasional Variabel Penelitian .....	34
<b>Tabel 4. 1</b> profil responden berdasarkan jenis kelamin .....	43
<b>Tabel 4. 2</b> Karakteristik Responden berdasarkan Umur.....	44
<b>Tabel 4. 3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
<b>Tabel 4. 4</b> Skor Indikator Variabel Citra Merek.....	46
<b>Tabel 4. 5</b> Skor Indikator Variabel Harga .....	47
<b>Tabel 4. 6</b> Skor Indikator Variabel Keputusan Pembelian .....	49
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Uji Validitas .....	51
<b>Tabel 4. 8</b> Uji Reliabilitas.....	52
<b>Tabel 4. 9</b> Uji Kolmogorov-Smirnov .....	54
<b>Tabel 4. 10</b> Uji Multikolinearitas .....	55
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Linier Berganda .....	57
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	58
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji T.....	58
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Uji F .....	59

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3. 1</b> Rumus Rao .....	31
<b>Rumus 3. 3</b> Alpa Cronbach .....	37
<b>Rumus 3. 4</b> Regresi Linear Berganda .....	40
<b>Rumus 3. 5</b> T hitung .....	41
<b>Rumus 3. 6</b> F Hitung .....	41