

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Apriati Nababan  
190610006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Apriati Nababan  
190610006**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2023**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Apriati Nababan  
NPM : 190610006  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahawa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee”**

Adalah hasil karya 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 2023



**Apriati Nababan**  
**190610006**

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK  
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:  
Apriati Nababan  
190610006**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 29 Juli 2023**



**Asron Saputra, S.E., M.Si.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Berbagai jenis peningkatan dibidang teknologi semakin diperlihatkan yang mana saat berbagai jenis kegiatan dapat dilakukan melalui akses internet sehingga penggunaan internet semakin meningkat. Dari banyaknya hal baru yang ditimbulkan internet yaitu salah satunya pasar online. Banyak dari kalangan pebisnis yang memanfaatkannya dengan membuat bisnis secara online atau lebih sering dikenal dengan *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel citra merek, kualitas produk dan kepercayaan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee. Populasi yang dijadikan pada penelitian ini ialah penduduk yang berdomisili di perumahan muka kuning indah 1. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 120 orang, sampel diambil dengan metode *non probability sampling* serta instrumen yang digunakan ialah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dengan skala *likert*. SPSS versi 26 digunakan untuk mengolah data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada shopee yang ditunjukkan dengan nilai t hitung (3,150) > t tabel (1,980) serta nilai sig 0,002 < 0,05. Kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee dibuktikan dengan nilai t hitung (-0,412) < t tabel (1,980) dan signifikan 0,681 > 0,05. Kepercayaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee dibuktikan dengan nilai t hitung (7,387) > t tabel (1,980) dan nilai sig 0,000 < 0,05. Citra merek, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *e-commerce* shopee dengan nilai F hitung (59,588) > F tabel (2,68) dan nilai sig 0,000 < 0,05. Nilai *adjusted R square* sebesar 0,596 atau 59,6% variabel independen mempengaruhi variabel dependen sedangkan untuk sisanya 40,4% dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

**Kata kunci:** Citra merek, Kualitas produk, Kepercayaan dan Keputusan pembelian

## ABSTRAC

*Various types of improvements in the field of technology are increasingly being shown, when various types of activities can be carried out through internet access so that internet use is increasing. Of the many new things that the internet has created, one of them is the online market. Many business people take advantage of it by doing business online or more commonly known as e-commerce. This study aims to determine whether brand image, product quality and trust variables influence purchasing decisions at e-commerce shopee. The population used in this study were residents who live in the Muka Kuning Indah 1 housing complex. The number of samples used was 120 people, the samples were taken using the non-probability sampling method and the instrument used was purposive sampling. The data collection method used was a questionnaire with a Likert scale. SPSS version 26 is used to process data. The results of this study indicate that brand image partially has a significant effect on purchasing decisions at shopee as indicated by the t count (3.150) > t table (1.980) and the sig value 0.002 < 0.05. Partially product quality has no significant effect on purchasing decisions on e-commerce shopee as evidenced by the t count (-0.412) < t table (1.980) and is significant 0.681 > 0.05. Trust partially has a significant effect on purchasing decisions on e-commerce shopee as evidenced by the t count (7.387) > t table (1.980) and the sig value 0.000 < 0.05. Brand image, product quality and trust simultaneously influence purchasing decisions on e-commerce shopee with an F count (59.588) > F table (2.68) and a sig value of 0.000 < 0.05. The adjusted R square value of 0.596 or 59.6% of the independent variables affects the dependent variable while the remaining 40.4% is influenced by other variables not present in this study.*

**Keywords:** *Brand image, Product quality, Trust and Purchase decision*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk 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 Asron Saputra, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang meluangkan waktunya untuk membimbing penulis hingga selesainya skripsi ini;
5. Seluruh dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan;
6. Orang tua tercinta, Bapak Panambunan Nababan dan Mama Rasmita Sidabutar yang dengan penuh cinta selalu membawa penulis dalam doa yang tidak pernah putus. Untuk seluruh keluarga penulis lainnya, terimakasih atas dukungan, doa dan motivasinya;
7. Teman-teman seangkatan yang telah memberikan support kepada penulis
8. Untuk teman kost penulis, Bintang sridevi, Radot Sitorus, Jadi Jogi Sitorus dan Natalia, Parningotan, yang selalu memberikan semangat dan support sampai penulis menyelesaikan penelitian ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan dan selalu memberikan berkat untuk kita semua.

Batam, 29 Juli 2023



Apriati Nababan





## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAC</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat penelitian.....	10
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	10
1.6.2 Manfaat Praktis.....	11
<b>BAB II</b> .....	<b>12</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Citra Merek.....	12
2.1.2 Kualitas Produk.....	15
2.1.3 Kepercayaan.....	18
2.1.4 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 Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2.3.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.4 Hipotesis.....	26
<b>BAB III</b> .....	<b>28</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Sifat Penelitian.....	28
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	28
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.3.2 Periode Penelitian.....	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	30

3.4.3 Teknik Sampling .....	31
3.5 Sumber Data.....	31
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	31
3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.7.1 Variabel Independen .....	32
3.7.2 Variabel Dependen .....	34
3.8 Metode Analisis Data.....	35
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	35
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	36
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.8.4 Uji Pengaruh .....	39
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 DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2 Deskriptif Karakteristik Responden.....	42
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	44
4.2.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
4.2.5 Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Menggunakan Shopee ....	45
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	46
4.3.1 Jawaban Responden Terhadap Jawaban Variabel Citra Merek.....	46
4.3.2 Jawaban Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	47
4.3.3 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan .....	48
4.3.4 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	49
4.4 Analisis Data.....	50
4.4.1 Analisis Deskriptif.....	50
4.4.2 Uji Kualitas Data .....	51
4.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
4.4.4 Uji Pengaruh .....	58
4.5 Uji Hipotesis .....	60
4.5.1 Uji T.....	60
4.5.2 Uji F .....	61
4.6 Pembahasan .....	62
4.6.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
4.6.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian .....	63
4.6.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	63
4.7 Implikasi Hasil Penelitian.....	64
4.7.1 Implikasi Teoritis.....	64
4.7.2 Implikasi Praktis .....	64
<b>BAB V .....</b>	<b>65</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>65</b>

5.1 Simpulan .....	65
5.2 Saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>67</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Januari 2012 – Januari 2023 ....	1
<b>Tabel 1.2</b> Top Brand Index E-Commerce Tahun 2023 .....	3
<b>Tabel 1.3</b> Mini Survey Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-commerce Shopee tahun 2023 .....	6
<b>Tabel 1.4</b> Jumlah Pengguna Shopee Berdasarkan Umur Tahun 2021 .....	8
<b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu .....	24
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	29
<b>Tabel 3.2</b> Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur Di Perumahan Muka Kuning Indah 1 Tahun 2023 .....	30
<b>Tabel 3.3</b> Skala Likert .....	32
<b>Tabel 3.4</b> Operasional Variabel.....	34
<b>Tabel 3.5</b> Rentang Skala.....	36
<b>Tabel 4.1</b> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
<b>Tabel 4.2</b> Berdasarkan Usia .....	44
<b>Tabel 4.3</b> Berdasarkan Pendidikan.....	44
<b>Tabel 4.4</b> Berdasarkan Pekerjaan .....	45
<b>Tabel 4.5</b> Berdasarkan Pembelian Di Shopee .....	46
<b>Tabel 4.6</b> Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	46
<b>Tabel 4.7</b> Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	47
<b>Tabel 4.8</b> Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	48
<b>Tabel 4.9</b> Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	49
<b>Tabel 4.10</b> Analisis Statistik Deskriptif .....	50
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Validitas X1, X2, X3 Dan Y.....	51
<b>Tabel 4.12</b> Uji Reliabilitas .....	53
<b>Tabel 4.13</b> Uji Normalitas Dengan One Sample Kolmogrov-Smirnov Test .....	55
<b>Tabel 4.14</b> Uji Multikolienaritas .....	56
<b>Tabel 4.15</b> Uji Heteroskedastisitas Dengan Park gleyser .....	57
<b>Tabel 4.16</b> Uji Analisis Linear Berganda.....	58
<b>Tabel 4.17</b> Uji Koefesien Determinasi(R <sup>2</sup> ).....	59
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji T .....	60
<b>Tabel 4.19</b> Uji F .....	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Penelitian.....	26
<b>Gambar 4.1</b> Uji Normalitas Dengan Histogram.....	54
<b>Gambar 4.2</b> Uji Normalitas Dengan P-Plot.....	54
<b>Gambar 4.3</b> Uji heteroskedastisitas dengan scatter plot.....	57

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Slovin.....	30
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	35
<b>Rumus 3.3</b> Regresi Linier Berganda .....	40
<b>Rumus 3.4</b> Determinasi.....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran Penelitian Terdahulu, Tabulasi Data**  
**Lampiran Surat Izin Penelitian**  
**Lampiran Hasil Uji SPSS**  
**Lampiran T tabel, R tabel dan F tabel**  
**Lampiran Daftar riwayat hidup**  
**Lampiran Foto Survey Penelitian**  
**Lampiran Turnitin**