

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
KEAMANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GRAB
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



**Oleh:
Adek Ali Azhar
200910053**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
KEAMANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GRAB
DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh:
Adek Ali Azhar
200910053**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Adek Ali Azhar

NPM : 200910053

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

“Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Grab Di Kota Batam”

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, 08 Juli 2024



Adek Ali Azhar
200910053

**PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN,
KEAMANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GRAB
DI KOTA BATAM**

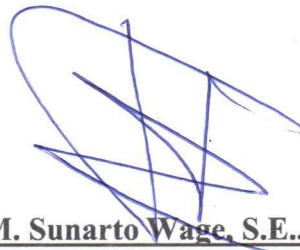
SKRIPSI

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

**Oleh
Adek Ali Azhar
200910053**

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

Batam, 08 Juli 2024



**Dr. M. Sunarto Wage, S.E., M.Si.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, keamanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian layanan Grab di Kota Batam. Jenis penelitian ini merupakan deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan populasi penggunaan aplikasi Grab di Kota Batam pada tahun 2024 yang tidak dapat diketahui secara pasti. Teknik penentuan sampel menggunakan rumus *Lamshow* dengan menghasilkan 100 responden yang ditarik dengan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan teknik regresi linier berganda untuk melakukan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji pengaruh, dan uji hipotesis. Penelitian ini menemukan bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, dan citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai t hitung untuk kemudahan penggunaan adalah 3,122 dengan signifikansi 0,002, untuk keamanan adalah 4,991 dengan signifikansi 0,000, dan untuk citra merek adalah 6,672 dengan signifikansi 0,000, semuanya melampaui nilai t tabel 1,984 dan berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05, mendukung hipotesis H1, H2, dan H3. Selain itu, analisis simultan menunjukkan bahwa nilai f hitung 102,955 melampaui nilai f tabel 2,70 dengan signifikansi 0,000, mendukung hipotesis Ha bahwa kemudahan penggunaan, keamanan, dan citra merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of ease of use, security and brand image on purchasing decisions for Grab services in Batam City. This type of research is descriptive with a quantitative approach, with the population using the Grab application in Batam City in 2024 which cannot be known with certainty. The sampling technique used the Lameshow formula to produce 100 respondents drawn using purposive sampling. Data analysis was carried out using multiple linear regression techniques to carry out data quality tests, classical assumption tests, influence tests, and hypothesis tests. This research found that ease of use, security, and brand image have a positive and significant influence on purchasing decisions. The calculated t value for ease of use is 3.122 with a significance of 0.002, for security it is 4.991 with a significance of 0.000, and for brand image it is 6.672 with a significance of 0.000, all of which exceed the t table value of 1.984 and are below the significance threshold of 0.05, supporting hypothesis H1, H2, and H3. In addition, simultaneous analysis shows that the calculated f value of 102.955 exceeds the f table value of 2.70 with a significance of 0.000, supporting H_a 's hypothesis that ease of use, security and brand image simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Ease of Use, Purchase Decision, Security.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW. Berkat limpahan dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan laporan tugas yang telah diberikan oleh pihak Universitas Putera Batam (UPB). Skripsi ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, baik dari penulisan maupun tata bahasa yang digunakan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan wujud tanpa bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih 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 Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Dr. M. Sunarto Wage, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi perkuliahan.
6. Pihak responden yang telah memberikan penulis kemudahan waktu dan kesempatan dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu penulis yang senantiasa mendukung penulis dalam segala hal yang penulis lakukan.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang senantiasa selalu membantu baik moral maupun materi, sehingga saya dapat melanjutkan penyusunan Skripsi ini hingga selesai pada akhirnya.

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karuniannya.

Batam, 16 Juli 2024



Adek Ali Azhar



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.6.1 Secara Teoritis.....	10
1.6.2 Secara Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Kemudahan Penggunaan	13
2.1.1.1 Pengertian Kemudahan Penggunaan	13
2.1.1.2 Faktor Kemudahan Penggunaan.....	14
2.1.1.3 Dampak Kemudahan Penggunaan	16
2.1.1.4 Indikator Kemudahan Penggunaan	17
2.1.2 Keamanan.....	18
2.1.2.1 Pengertian Keamanan.....	18
2.1.2.2 Faktor Keamanan	20
2.1.2.3 Aspek Keamanan.....	21
2.1.2.4 Indikator Keamanan	24
2.1.3 Citra Merek	26
2.1.3.1 Pengertian Citra Merek	26
2.1.3.2 Faktor Citra Merek	27
2.1.3.3 Aspek Citra Merek	30
2.1.3.4 Indikator Citra Merek.....	31
2.1.4 Keputusan Pembelian	33
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	33
2.1.4.2 Faktor Keputusan Pembelian	34
2.1.4.3 Tahapan Keputusan Pembelian	36
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	38
2.2 Penelitian Terdahulu	40

2.3	Kerangka Pemikiran	48
2.3.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian	48
2.3.2	Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
2.3.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	50
2.4	Hipotesis.....	51
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis Penelitian.....	52
3.2	Sifat Penelitian	52
3.3	Lokasi dan Periode Penelitian	53
3.3.1	Lokasi Penelitian	53
3.3.2	Periode Penelitian.....	53
3.4	Populasi dan Sampel	54
3.4.1	Populasi	54
3.4.2	Teknik Penentuan Besar Sampel.....	54
3.4.3	Teknik <i>Sampling</i>	55
3.5	Sumber Data	56
3.6	Metode Pengumpulan Data	57
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	59
3.7.1	Variabel Independen (X).....	59
3.7.2	Variabel Dependen (Y)	59
3.8	Metode Analisis Data	60
3.8.1	Uji Statistik Deskriptif	60
3.8.2	Uji Kualitas Data	62
3.8.2.1	Uji Validitas	62
3.8.2.2	Uji Reliabilitas.....	63
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.8.3.1	Uji Normalitas	64
3.8.3.2	Uji Multikolinearitas	65
3.8.3.3	Uji Heteroskedastisitas	66
3.8.4	Uji Pengaruh.....	67
3.8.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
3.8.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	68
3.9	Uji Hipotesis.....	69
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji <i>t</i>	69
3.9.1	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji <i>F</i>	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	72
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	73
4.2.1	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
4.2.2	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	73
4.2.3	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
4.2.4	Hasil Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	75
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	75
4.3.1	Deskriptif Kemudahan Penggunaan (X1)	76
4.3.2	Deskriptif Keamanan (X2).....	78

4.3.3	Deskriptif Citra Merek (X3).....	79
4.3.4	Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	81
4.4	Analisis Data	82
4.4.1	Uji Kualitas Data	82
4.4.1.1	Uji Validitas	82
4.4.1.2	Uji Reliabilitas.....	85
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	86
4.4.2.1	Uji Normalitas	86
4.4.2.2	Uji Multikolinearitas	89
4.4.2.3	Uji Heteroskedastisitas	90
4.4.3	Uji Pengaruh.....	91
4.4.3.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	91
4.4.3.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	92
4.5	Pengujian Hipotesis.....	93
4.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial – Uji t.....	93
4.5.2	Uji Hipotesis Secara Simultan – Uji f	95
4.6	Pembahasan	96
4.6.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	96
4.6.2	Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	97
4.6.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	98
4.6.4	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	99
4.7	Implikasi Hasil Penelitian	100
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Simpulan.....	102
5.2	Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA		
Lampiran 1. Pendukung Penelitian		
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup		
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian		

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Keluhan Penggunaan Aplikasi Grab	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	50
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Histogram	86
Gambar 4.2 Uji Normalitas Dengan <i>Normal P-P Plot</i>	87
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	90

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Layanan Transportasi <i>Online</i> Paling Aman di Indonesia 2023	5
Tabel 1.2 <i>Top Brand Index</i> Kategori Jasa Transportasi <i>Online</i>	6
Tabel 1.3 Layanan Ojek <i>Online</i> Pilihan Masyarakat Indonesia 2023	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	53
Tabel 3.2 Pemberian Skor Kusiner.....	58
Tabel 3.3 Operasional Variabel	59
Tabel 3.4 Kategori Rentang Skala.....	61
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	74
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Lama Menggunakan	75
Tabel 4.5 Rentang Skala.....	76
Tabel 4.6 Deskriptif Kemudahan Penggunaan	76
Tabel 4.7 Deskriptif Keamanan.....	78
Tabel 4.8 Deskriptif Citra Merek	79
Tabel 4.9 Deskriptif Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.10 Uji Validitas Kemudahan Penggunaan (X1).....	82
Tabel 4.11 Uji Validitas Keamanan (X2).....	83
Tabel 4.12 Uji Validitas Citra Merek (X3)	84
Tabel 4.13 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	84
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas.....	85
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	88
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	89
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2).....	93
Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial).....	94
Tabel 4.20 Hasil Uji f (Simultan).....	95

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus <i>Lameshow</i>	55
Rumus 3.2 Rentang Skala	61
Rumus 3.3 <i>Pearson Correlation</i>	62
Rumus 3.4 <i>Alpha Crobach</i>	63
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	67
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	68
Rumus 3.7 Uji t	70
Rumus 3.8 Uji f	71