

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI



Oleh
Adelia Fitri
200910263

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI
KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Adelia Fitri
200910263**

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

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Adelia Fitri
NPM : 200910263
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI KOTA BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengatahuan 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 skripsi 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, 18 Juli 2024



Adelia Fitri
200910263

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK
DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI
KOTA BATAM**

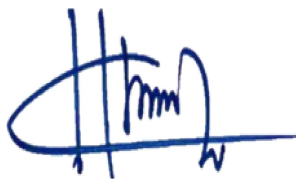
SKRIPSI

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

**Oleh
Adelia Fitri
200910263**

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

Batam, 18 Juli 2024



**M. Khoiri, S.Pd., M.Pd.
Pembimbing**



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Studi ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana kualitas produk, citra merek, dan nilai pelanggan mempengaruhi keputusan pembelian pada e-commerce shopee di Kota Batam. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan data dari kuesioner yang disebarakan melalui Google Form. Sampel sebanyak 204 responden dipilih berdasarkan rumus Jacob Cohen, dengan mayoritas responden yang terdiri dari 70,6% perempuan dan 29,4% laki-laki, dengan mayoritas pengguna berusia 26-35 tahun dengan rata-rata penggunaan produk selama 6-12 bulan. Hasil analisis dengan SPSS Versi 26 ini membuktikan bahwa dalam model regresi linier berganda pada variabel kualitas produk memberikan pengaruh dengan nilai 21,3%, citra merek memberikan pengaruh dengan nilai 22,3%, sementara untuk nilai pelanggan memberikan pengaruh dengan nilai 49,3%. Adapun hasil pada Uji koefisien determinasi mendeskripsikan bahwa kualitas produk, citra merek serta nilai pelanggan ini semuanya dapat digunakan untuk menjelaskan bahwa ketiga variabel itu secara bersamaan sekitar 73,8% berpengaruh pada keputusan pembelian. Di samping itu, hasil uji t dan uji F membuktikan bahwa ketiga variabel yang ada pada dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang cukup positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to evaluate how product quality, brand image and customer value influence purchasing decisions on Shopee e-commerce in Batam City. The method used is quantitative with data from a questionnaire distributed via Google Form. A sample of 204 respondents was selected based on the Jacob Cohen formula, with the majority of respondents consisting of 70.6% women and 29.4% men, with the majority of users aged 26-35 years with an average of 6-12 months of product use. The results of the analysis using SPSS Version 26 prove that in the multiple linear regression model the product quality variable has an influence with a value of 21.3%, brand image has an influence with a value of 22.3%, while customer value has an influence with a value of 49.3%. The results of the coefficient of determination test describe that product quality, brand image and customer value can all be used to explain that these three variables together have around 73.8% influence on purchasing decisions. In addition, the results of the t test and F test prove that the three variables in this study have a quite positive and significant influence on purchasing decisions

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Customer Value and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur 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 mennyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud 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
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak M. Khoiri, S.Pd., M.Pd. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam yang telah memberikan arahan, masukan, ilmu, dukungan dan semangat kepada penulis demi kesempurnaan tugas akhir skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu selama penulis kuliah di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora;
6. Seluruh keluarga terutama kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan doa
7. Teman-teman se-angkatan yang selalu membantu dan menyemangati dalam pembuatan skripsi ini hingga selesai;
8. Sahabat saya Ade Lia Fatmawati terimakasih selalu memberikan support, bantuan materi maupun motivasi kepada penulis. Terimakasih sudah menjadi tempat bercerita untuk keluh kesah selama masa perkuliahan dan selalu ada setiap masa-masa bahagia ataupun sulit saya
9. Semua pihak yang telah banyak membantu penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat karunia-Nya, Amin.

Batam, 18 Juli 2024

Adelia Fitri
NPM. 200910263



Universitas Putera Batam

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	14
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah	15
1.5 Tujuan Penelitian	16
1.6 Manfaat Penelitian	16
1.6.1 Manfaat Teoritis	16
1.6.2 Manfaat Praktis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Kajian Teori	18
2.1.1 Kualitas Produk.....	18
2.1.2 Citra Merek	20
2.1.3 Nilai Pelanggan	22
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.3 Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian.....	30
2.3.4 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian	30
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Sifat Penelitian	33

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian.....	33
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	33
3.3.2 Periode Penelitian	33
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.4.1 Populasi.....	34
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	34
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	35
3.5 Sumber Data.....	36
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.7 Operasional Variabel	37
3.8 Metode Analisis Data.....	38
3.8.1 Analisis Deskriptif	39
3.8.2 Uji Kualitas Data.....	40
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.8.4 Uji Pengaruh	44
3.9 Uji Hipotesis	45
BAB IV METODE PENELITIAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	77
Lampiran 1. Pendukung Penelitian	
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup	
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kualitas Produk Ms Glow Di Shopee.....	5
Gambar 1.2 Diagram Prasurvey Kualitas Produk (1).....	6
Gambar 1.3 Diagram Prasurvey Kualitas Produk (2).....	7
Gambar 1.4 Diagram Prasurvey Kualitas Produk (3).....	7
Gambar 1.5 Diagram Prasurvey Citra Merek (1)	8
Gambar 1.6 Diagram Prasurvey Citra Merek (2)	9
Gambar 1.7 Diagram Prasurvey Citra Merek (3)	9
Gambar 1.8 Diagram Prasurvey Nilai Pelanggan (1).....	11
Gambar 1.9 Diagram Prasurvey Nilai Pelanggan (2).....	11
Gambar 1.10 Diagram Prasurvey Nilai Pelanggan (3).....	12
Gambar 1.11 Diagram Prasurvey Keputusan Pembelian (1).....	13
Gambar 1.12 Diagram Prasurvey Keputusan Pembelian (2).....	13
Gambar 1.13 Diagram Prasurvey Keputusan Pembelian (3).....	14
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	31
Gambar 4.1 Diagram Histogram	58
Gambar 4.2 Uji Normalitas <i>Normal P-P Plot Regression Standardized</i>	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 5 <i>Top Brand</i> Skincare 2023.....	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	34
Tabel 3.2 Skala Likert	37
Tabel 3.3 Variabel Operasional.....	38
Tabel 3.4 Rentang Skala.....	40
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	48
Tabel 4.2 Usia Responden.....	48
Tabel 4.3 Lama Pemakaian Responden	49
Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Mengenai Kualitas Produk	50
Tabel 4.5 Hasil Kuesioner Mengenai Citra Merek.....	51
Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Mengenai Nilai Pelanggan	52
Tabel 4.7 Hasil Kuesioner Mengenai Keputusan Pembelian	53
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Kualitas Produk	55
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Citra Merek.....	55
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Nilai Pelanggan	56
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Reliabilitas	57
Tabel 4.13 Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	59
Tabel 4.14 Uji Multikolonieritas	60
Tabel 4.15 Uji Gletser	61
Tabel 4.16 Uji Analisis Linier Berganda.....	62
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.18 Uji T X1 Terhadap Y.....	64
Tabel 4.19 Uji T X2 Terhadap Y.....	64
Tabel 4.20 Uji T X3 Terhadap Y.....	65
Tabel 4.21 Uji F.....	65

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus <i>Jacob Cohen</i>	35
Rumus 3.2 Rentang Skala	39
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	40
Rumus 3.4 <i>Cronbach's Alpha</i>	41
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	44
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	45