

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

SKRIPSI



**Oleh:
Zilhi Ziyati Br Ginting
210910241**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

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

SKRIPSI

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



**Oleh:
Zilhi Ziyati Br Ginting
210910241**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Zilhi Ziyati Br Ginting
NPM : 210910241
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE MALL 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 didalam naskah skripsi ini dapat buktikan 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, 12 Juli 2025



Zilhi Ziyati Br Ginting

NPM: 210910241

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

SKRIPSI

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

Oleh

Zilhi Ziyati Br Ginting

210910241

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 12 Juli 2025

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Winda Evyanto', with a horizontal line to its right.

Winda Evyanto, S.S., M.MPd



Universitas Putera Batam

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di *e-commerce* Shopee Mall di Kota Batam. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan metode analisis jalur untuk menguji hubungan antar variabel. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diisi oleh responden, dengan teknik penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow, dan validitas dan keandalan instrumen penelitian diuji. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis melalui uji parsial dan simultan. Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek memiliki efek positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 21,2%. Kualitas produk juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai 28,2%. Sementara itu, kepercayaan konsumen menunjukkan pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian dengan nilai 38%. Secara bersamaan, ketiga variabel independen memberikan pengaruh yang signifikan pada variabel dependen dari keputusan pembelian, yang ditunjukkan oleh nilai 68,6%. Dengan terpenuhinya semua kriteria pengujian, dapat disimpulkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Shopee Mall.

Kata Kunci : Citra Merek 1, Kualitas Produk 2, Kepercayaan 3, Keputusan Pembelian 4

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand image, product quality, and consumer trust on purchase decisions at Shopee Mall e-commerce in Batam City. The approach used in this study is quantitative, with a path analysis method to test the relationship between variables. Data was collected through questionnaires filled out by the respondents, with sample determination techniques using the Lemeshow formula, and the validity and reliability of the research instruments were tested. The data obtained were analyzed using classical assumption tests, multiple linear regression, and hypothesis testing through partial and simultaneous tests. The results of the analysis showed that brand image had a positive and significant effect on purchase decisions with a value of 21,2 %. Product quality was also proven to have a significant effect on purchase decisions with a value of 28,2 %. Meanwhile, consumer confidence showed the greatest influence on purchasing decisions with a value of 38 %. Simultaneously, the three independent variables exerted a significant influence on the dependent variables of the purchase decision, which was indicated by a value of 68,6 %. With the fulfillment of all test criteria, it can be concluded that brand image, product quality, and trust together have a significant influence on purchase decisions at Shopee Mall.

Keywords : Brand Image 1, Product Quality 2, Trust 3, Purchase Decision 4.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia dan rahmat-Nya penulis mampu 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 kesempurnaan Oleh karena itu, kritik dan saran senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari 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 Winda Evyanto, S.S, M.MPd. selaku Pembimbing Akademik pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya.
6. Kedua Orang tua beserta saudara dan teman yang senantiasa 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, 12 Juli 2024



Zilhi Ziyati Br Ginting



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR RUMUS.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.6.1 Manfaat Teoritis	13
1.6.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Kajian Teori	16
2.1.1 Citra Merek.....	16
2.1.2 Kualitas Produk.....	20
2.1.3 Kepercayaan	24
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran	39
2.3.1 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap keputusan pembelian (Y).....	40
2.3.2 Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	40
2.3.3 Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	40

2.3.4 Pengaruh Citra Merek (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kepercayaan (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	41
2.3 Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Jenis Penelitian.....	44
3.2 Sifat Penelitian	44
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	44
3.3.1 Lokasi Penelitian	44
3.3.2 Periode Penelitian.....	45
3.4 Populasi dan Sampel	45
3.4.1 Populasi.....	45
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel	45
3.5 Sumber Data	46
3.6 Metode Pengumpulan Data	47
3.6.1 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.2 Alat Pengumpulan Data	48
3.7 Defenisi Operasional Variabel penelitian	48
3.8 Metode Analisis Data	49
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	50
3.8.2 Uji Kualitas Data	51
3.8.2.1 Uji Validitas.....	51
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.8.4 Uji Pengaruh.....	55
3.9 Uji Hipotesis	56
3.9.1 Uji t (Regresi Parsial).....	57
3.9.2 Uji Simultan (F).....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	61
4.2.1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.2.2 Karakteristik berdasarkan Usia.....	62
4.2.3 Karakteristik berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	62

4.2.4 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan.....	63
4.2.5 Karakteristik berdasarkan Penghasilan Per Bulan	63
4.3 Deskripsi Jawaban Responden	64
4.3.1 Deskripsi Variabel Citra Merek (X1)	64
4.3.2 Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	65
4.3.3 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X3).....	67
4.3.4 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	69
4.4 Analisis Data.....	70
4.4.1 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	70
4.4.2 Uji Kualitas Data	71
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.5 Pengujian Pengaruh	80
4.5.1 Analisis Linear Berganda.....	80
4.5.2 Analisis Koefisien Determinasi R²	81
4.6 Pengujian Hipotesis	82
4.6.1 Uji t ..	82
4.6.2 Uji F .	83
4.7 Pembahasan	84
4.7.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	84
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.7.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	85
4.7.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	86
5.8 Implikasi Penelitian	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN	
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN 3 SURAT IZIN PENELITIAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laporan akumulasi nilai pembelian dari pengguna Shopee Tahun 2025	6
Gambar 1.2 Lemahnya pengawasan pada produk ilegal di Shopee	7
Gambar 1.3 Maraknya barang tiruan/KW di Shopee	8
Gambar 1.4 Informasi penjualan dan ulasan pada produk yang kurang akurat pada Shopee	10
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1 Grafik Histogram	75
Gambar 4.2 Normal p-plot	76
Gambar 4.3 Normal Scatterplot.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 situs e-commerce di Indonesia tahun 2022 dan 2023.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	36
Tabel 3.1 Periode Penelitian.....	45
Tabel 3.2 Skala Likert	48
Tabel 3.3 Defenisi Operasional Variabel penelitian.....	48
Tabel 3.4 Rentan Skala.....	51
Tabel 4.1 Responden berdasarkan jenis kelamin	61
Tabel 4.2 Responden berdasarkan usia	62
Tabel 4.3 Responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	62
Tabel 4.4 Responden berdasarkan pekerjaan	63
Tabel 4.5 Responden berdasarkan lama menjadi pelanggan.....	63
Tabel 4.6 Deskripsi variabel Citra Merek (X1).....	64
Tabel 4.7 Deskripsi variabel Kualitas Produk (X2)	66
Tabel 4.8 Deskripsi variabel Kepercayaan (X3)	67
Tabel 4.9 Deskripsi variabel Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 4.10 Hasil uji analisis deskriptif.....	70
Tabel 4.11 Validitas variabel Citra Merek	72
Tabel 4.12 Validitas variabel Kualitas Produk.....	72
Tabel 4.13 Validitas variabel Kepercayaan.....	73
Tabel 4.14 Validitas variabel Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.15 Validitas uji reliabilitas	74
Tabel 4. 16 Hasiil uji Kolmogorov-Smirnov.....	76
Tabel 4.17 Hasil uji Multikolinearitas.....	77
Tabel 4.18 Hasiil uji Heterokedatisitas	78
Tabel 4.19 Hasiil uji Analisis Linear Berganda	80
Tabel 4.20 Hasiil uji Koefisien Determinan.....	81
Tabel 4.21 Hasiil uji t.....	82
Tabel 4.22 Hasiil uji F.....	84

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rumus Lemeshow.....	46
Rumus 3.2 Rentan Skala	50
Rumus 3.3 Rumus Validitas.....	52
Rumus 3.4 Alpha Cronbach	53
Rumus 3.5 Regresi linier Berganda.....	55