

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI



Oleh:

Perawati Siregar

170910210

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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



Oleh:

Perawati Siregar

170910210

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Perawati Siregar

NPM : 170910210

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA

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 di kutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah saya peroleh dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Batam, 29 Januari 2021



Perawati Siregar

NPM: 170910210

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI TOKOPEDIA**

SKRIPSI

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

**Oleh
Perawati Siregar
170910210**

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

Batam, 29 Januari 2021



Raymond, S.E., M.Sc.
Pembimbing

Raymond, S.E., M.Sc.
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Brand Image, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Tokopedia. Populasi dari penelitian ini diambil dari konsumen yang ingin melakukan pembelian di Tokopedia dengan jumlah sampel belum diketahui. Dengan menggunakan metode *non probability sampling, accidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan jadi siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sebagai sampel. Sampel yang diambil dari bulan September sampai februari 2021 dengan menggunakan teknik pengumpulan data dan kuisioner. Pengolahan data menggunakan program SPSS versi 26. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *brand image*, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian di Tokopedia.

Kata kunci: Brand Image, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether the Brand Image, product quality and service quality affect purchasing decisions at Tokopedia. The population of this study was taken from consumers who wanted to make purchases on Tokopedia with the number of samples not yet known. By using the non-probability sampling method, accidental sampling is sampling based on chance so that anyone who happens to meet the researcher can be used as a sample. Samples were taken from September to February 2021 using data collection techniques and questionnaires. Data processing used SPSS version 26 program. The method of analysis used in this study is the classical assumption test, multiple regression analysis and hypothesis testing. The results of the analysis show that there is a positive and significant influence between brand image, product quality and service quality partially and simultaneously on purchasing decisions on Tokopedia.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Service Quality, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia Nya, 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 terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr.Hendri Herman, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora di Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom.,M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Seluruh Dosen dan Staf Universitas Putera Batam yang telah berbagi ilmu pengetahuan dengan penulis;
6. Orang tua (Ayah dan Ibu) yang telah membesarkan dan mendidik penulis sejak kecil dan adik penulis Nurhasanah Siregar beserta Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan semangat;
7. Teman-teman yang selalu berbagi pendapat dan saling mendukung serta yang selalu memberikan semangat;
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis yang memberikan bantuan dan dukungan.

Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi kita semua dan penulis mengucapkan terima kasih atas pihak-pihak yang turut berperan dan berjasa melatarbelakangi penulisan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya.

Batam, 29 Januari 2021



Perawati Siregar

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Teori Dasar.....	11
2.1.1 <i>Brand Image</i>	11
2.1.1.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	11
2.1.1.2 Komponen <i>Brand Image</i>	12
2.1.1.3 Indikator <i>Brand Image</i>	13
2.2 Kualitas Produk.....	13
2.2.1 Pengertian Kualitas Produk.....	13

2.2.2 Indikator Kualitas Produk	15
2.3 Kualitas Pelayanan	16
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	16
2.3.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	16
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	17
2.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	18
2.4.2 Proses keputusan Pembelian	18
2.4.3 Indikator Keputusan Pembelian	19
2.5 Penelitian Terdahulu	21
2.6 Kerangka Pemikiran.....	23
2.7 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Desain Penelitian.....	21
3.2 Operasional Variabel.....	21
3.2.1 Variabel Dependen.....	21
3.2.2 Variabel Indepeden	27
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5. Jenis Data	31
3.6 Instrumen yang Digunakan	31
3.7 Metode Analisis Data	32
3.7.1 Analisis Deskriptif	32
3.7.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	32
3.7.2.1 Uji Validitas	32
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	33
3.7.3 Pengujian Asumsi Klasik	33
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	33
3.7.3.2 Uji Multikolinieritas.....	34
3.7.3.3 Uji Heteroskedastistas.....	34

3.7.4 Uji Hipotesis	35
3.7.4.1 Uji Parsial (Uji T).....	35
3.7.4.2 Uji Simultan (F)	35
3.7.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	36
3.7.4.4 Koefisien Determinasi.....	36
3.8 Lokasi dan Jadwal Penelitian	38
3.8.1 Lokasi Penelitian.....	38
3.8.2 Jadwal Penelitian.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Profil Responden.....	39
4.1.1 Kualitas Responden Berdasarkan Umur	39
4.1.2 Atribut Responden tergantung jenis kelamin.....	40
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	41
4.1.4 Kualitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
4.2 Hasil penelitian.....	42
4.2.1 Analisis Deskriptif	43
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X2)	44
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X3)	45
4.2.3 Hasil Uji Kualitas Data	49
4.2.3.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Data.....	49
4.2.3.2 Hasil Uji Realibilitas	51
4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	52
4.2.4.1. Hasil Uji Normalitas	52
4.2.4.2 Hasil Uji Multikolonieritas	54
4.2.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
4.2.5 Uji Hipotesis	56
4.2.5.1 Hasil Uji t (Parsial).....	56
4.2.5.2 Hasil Uji F (Simultan).....	58
4.3.5.3 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4.3 Pembahasan.....	61
4.3.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	61

4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.3.4 Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 kategori Jenis Produk yang dijual di tokopedia	3
Tabel 1. 2 10 Daftar E-commerce	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Variabel Dependen	27
Tabel 3. 2 Variabel Independent Indikator Penelitian.....	28
Tabel 3. 3 Jadwal penelitian	38
Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	41
Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4. 5 Brand Image Variabel (X1).....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Variabel Kualitas Produk (X2).....	44
Tabel 4. 7 Variabel Kualitas Pelayanan (X3).....	46
Tabel 4. 8 Variabel Kualitas Pembelian (Y)	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Data	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kolomogrov Smirnov	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas pada tabel terlampir:	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 14 hasil Uji t	57
Tabel 4. 15 Hasil Uji f (Simultan).....	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4. 17 Hasil Koefesien Determinasi.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Data Histogram.....	27
Gambar 4. 2 Diagram Normal Plot.....	53

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 <i>Lemeshow</i>	30
Rumus 3. 2 Uji Reliabilitas	33
Rumus 3. 3 Analisis Regresi Linear Berganda	36