

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PELAYANAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee)**

SKRIPSI

**DESSY EKA ARIANTHI
2114500373**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PELAYANAN DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee)**

SKRIPSI

**DESSY EKA ARIANTHI
2114500373**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee)

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah di publikasi dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi, ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 04 September 2020


METERAI
TEMPEL
6000
DESSY EKA ARIANTHI
NPM 2114500373

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Dian Surya Sampurna.,SE., MM dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

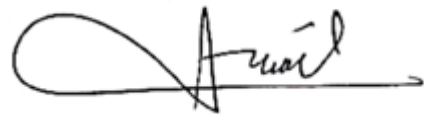
Jakarta, 04 September 2020

Pembimbing



Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM

Kepala Prodi S-1 Manajemen



Drs. Sumitro, M.Sc

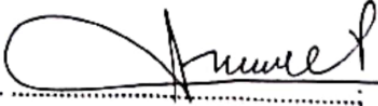

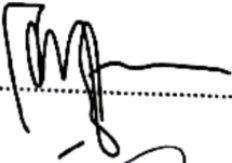
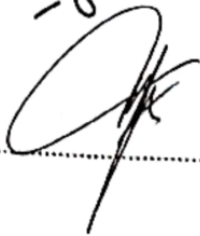
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee)**

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, pada tanggal 04 September 2020 dengan nilai A

Panitia Ujian Skripsi

1. ; Drs. Sumitro, M.SC
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2. ; Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM
(Pembimbing)
3. ; Dr. Diah Pranitasari, SP., MM
(Anggota Penguji)
4. ; Rama Chandra, SE., ME
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terimakasih yang setulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Dian Surya Sampurna., SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran, kritik dan saran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Diah Pranitasari, SP., MM dan Bapak Rama Chandra, SE., ME selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak H. Agustin Burda, BSBA., MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta.
6. Segenap dosen di Program Studi S-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
7. Kepada kedua orang tuaku, Ayah Zainal Arifin dan Mamah Bety Sriharyanti terimakasih banyak atas segala dukungannya selama ini, baik secara materil, moril dan do'a yang selalu dipanjatkan sehingga saya dapat menjadi sarjana ekonomi.
8. Kepada kedua adikku Arfian Hidayat dan Rifqi Andriansyah yang selalu menyemangati dan selalu mendoakan.

9. Terkasih Widyo Baruno Hayuputro yang selalu menyemangati, mendoakan, dan menghapus keputusasaan.
10. GGS : (Juliana Megawati, Sartika, Indra Septian, Sonic) sahabat – sahabatku di kampus STEI Indonesia. Terimakasih atas dorongan semangat dan kebersamaan yang tidak terlupakan.
11. Pihak – pihak lain yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang juga ikut memberikan dorongan, bantuan, dan dukungan kepada penulis

Setelah terselesaikan proses penelitian ini, penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, 04 September 2020

Dessy Eka Arianthi
NPM 2114500373

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dessy Eka Arianthi
NPM : 2114500373
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demikian mengemban ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (Non Exclusive Royalty – Free Right)** atas skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee)**

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 04 September 2020

Yang menyatakan,


Dessy Eka Arianthi

Dessy Eka Arianthi NPM : 2114500373 Program Studi S-1 Manajemen	Dosen Pembimbing: Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM
---	---

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN
(Studi Kasus Pada Konsumen Shopee)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas layanan dan *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada Shopee.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang memiliki shopee. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sumber data penelitian ini merupakan data primer dan sekunder. Metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS dengan program SmartPLS versi 3.2 dievaluasi dengan *outer* dan *inner model*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee, dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee. Nilai R^{Square} sebesar 0,580 menunjukkan bahwa perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh citra merek, kualitas pelayanan, dan *electronic word of mouth* sebesar 58%.

Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas dalam penelitian yaitu citra merek, kualitas pelayanan, *electronic word of mouth* mempengaruhi keputusan pembelian pada Shopee.

Kata Kunci : citra merek, kualitas pelayanan, electronic word of mouth, keputusan pembelian

<p>Dessy Eka Arianthi NPM : 2114500373 Study Program S-1 Management</p>	<p>Dosen Pembimbing: Dr. Dian Surya Sampurna, SE., MM</p>
<p style="text-align: center;">ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, QUALITY OF SERVICE, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON PURCHASE DECISIONS (Case Studies On Shopee Consumers)</p>	
<p style="text-align: center;">ABSTRACT</p> <p>This study aims to determine the effect of brand image, service quality and electronic word of mouth on purchasing decisions at Shopee.</p> <p>The strategy used in this research is associative research. The method used in this research is a survey method. The population in this study were all consumers who have shopee. The sample in this study were 100 respondents. The data collection method used a questionnaire. The data sources of this research are primary and secondary data. The analysis method used in this research is PLS with the SmartPLS version 3.2 program evaluated with the outer and inner models.</p> <p>The results of this study indicate that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee, service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee, and electronic word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee. The R^{Square} value of 0,580 indicates that changes in purchasing decision variables can be explained by brand image, service quality, and electronic word of mouth by 58%.</p> <p>The conclusion in this study shows that all independent variables in the study, namely brand image, service quality, electronic word of mouth, affect purchasing decisions at Shopee.</p>	
<p style="text-align: center;"><i>Keywords: brand image, service quality, electronic word of mouth, purchasing decisions</i></p>	

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori	12
2.2.1. Pengertian Manajemen	12
2.2.2. Pengertian Pemasaran.....	13
2.2.3. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	13
2.2.4. Citra Merek.....	14
2.2.4.1. Pengertian Citra Merek.....	14
2.2.4.2. Indikator Citra Merek	15
2.2.5. Kualitas Pelayanan.....	15
2.2.5.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	15

Halaman

2.2.5.2. Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.2.6. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	17
2.2.6.1. Pengertian <i>Electronic Word Of Mouth</i>	17
2.2.6.2. Indikator <i>Electronic Word Of Mouth</i>	19
2.2.7. Keputusan Pembelian	19
2.2.7.1. Pengertian Keputusan Pembelian	19
2.2.7.2. Indikator Keputusan Pembelian	21
2.2.7.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
2.3. Hubungan antar Variabel Penelitian.....	22
2.3.1. Pengaruh Citra Merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	22
2.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	22
2.3.3. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	23
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	23
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian	24
BAB III METODA PENELITIAN.....	26
3.1. Strategi Penelitian.....	26
3.2. Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1. Populasi Penelitian.....	26
3.2.2. Sampling dan Sampel Penelitian	27
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data	27
3.3.1. Sumber Data	27
3.3.2. Metoda Pengumpulan Data.....	28
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	29
3.4.1. Variabel Eksogen.....	31
3.4.2. Variabel Endogen	31
3.5. Metoda Analisis Data	31
3.5.1. Pengolahan Data	31
3.5.2. Analisa Outer Model.....	32

	Halaman
3.5.3. Analisa Inner Model	33
3.5.4. Pengujian Hipotesis	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1. Objek Penelitian	36
4.1.1. Visi dan Misi	36
4.1.2. Layanan Shopee.....	37
4.2. Deskripsi Responden	37
4.2.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2.2. Data Responden Berdasarkan Usia.....	38
4.2.3. Data Responden Berdasarkan Pendidikan	39
4.2.4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
4.2.5. Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
4.3. Deskriptif Data	41
4.3.1. Variabel Citra Merek (X_1)	42
4.3.2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2).....	43
4.3.3. Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X_3).....	44
4.3.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
4.4. Analisis PLS (Partial Least Square)	46
4.4.1. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	47
4.4.2. Pengujian Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
4.4.3. Pengujian Hipotesis	53
4.5. Pembahasan	55
4.5.1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	55
4.5.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	56
4.5.3. Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1. Simpulan.....	58
5.2. Saran	58
5.2.1. Citra Merek.....	59

	Halaman
5.2.2. Kualitas Pelayanan.....	59
5.2.3. <i>Electronic Word Of Mouth</i>	59
DAFTAR REFERENSI	60
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Peringkat Aplikasi E-Commerce	4
Tabel 1.2. Peringkat E-commerce di Indonesia	5
Tabel 3.1. Bobot Nilai Skala Likert	28
Tabel 3.2. Indikator Variabel Citra Merek.....	29
Tabel 3.3. Indikator Variabel Kualitas Pelayanan	29
Tabel 3.4. Indikator Variabel <i>Electronic Worf Of Mouth</i>	30
Tabel 3.5. Indikator Variabel Keputusan Pembelian	30
Tabel 4.1. Perhitungan Angka Indeks Variabel Citra Merek.....	42
Tabel 4.2. Perhitungan Angka Indeks Variabel Kualitas Pelayanan	43
Tabel 4.3. Perhitungan Angka Indeks Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i>	44
Tabel 4.4. Perhitungan Angka Indeks Variabel Keputusan Pembelian	45
Tabel 4.5. Nilai AVE	49
Tabel 4.6. Validitas Diskriminan	50
Tabel 4.7. Reliabilitas Konstruk	50
Tabel 4.8. <i>Q2 Predictive Relevance</i>	51
Tabel 4.9. Hasil Uji <i>Goodness Of Fit Model</i>	52
Tabel 4.10. Nilai F Square	52
Tabel 4.11. Hasil Koefisien Determinasi	53
Tabel 4.12. Pengaruh Langsung.....	54

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Pertumbuhan E-Commerce Tercepat di Dunia.....	2
Gambar 1.2. Grafik Perkembangan Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia	3
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritas	24
Gambar 4.1. Jenis Kelamin Responden.....	38
Gambar 4.2. Usia Reposnden	38
Gambar 4.3. Pendidikan Responden	39
Gambar 4.4. Pekerjaan Responden.....	40
Gambar 4.5. Pendapatan Responden	40
Gambar 4.6. Spesifikasi Model PLS	47
Gambar 4.7. Hasil Estimasi Model PLS (Algorithm)	48
Gambar 4.8. Hasil Estimasi Model PLS (Bootstrapping)	54

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Lembar Kuesioner	61
Lampiran 2. Data Penelitian	65
Lampiran 3. Output SmartPLS 3.2	77
Lampiran 4. Surat Riset.....	80
Lampiran 5. Daftar Riwayat Hidup.....	81