

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *SERVICE QUALITY*
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
Di *E-COMMERCE*
(Study Pada Pengguna *Shopee* Di Atas 17 Tahun)



Oleh :

Oktavia Susdian Asnani

NPM : 17.1.02.10914

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2021

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *SERVICE QUALITY*
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
Di *E-COMMERCE*
(Study Pada Pengguna *Shopee* Di Atas 17 Tahun)



Oleh :

Oktavia Susdian Asnani

NPM : 17.1.02.10914

Program Studi : Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2021

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *SERVICE QUALITY*
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
Di *E-COMMERCE*
(Study Pada Pengguna *Shopee* Di Atas 17 Tahun)



Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi: Manajemen Pemasaran

Diajukan Oleh:
Oktavia Susdian Asnani

NPM: 17.1.02.10914

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2021



PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *SERVICE QUALITY* DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *E-COMMERCE*

(Study Pada Pengguna *Shopee* Di Atas 17 Tahun)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

OKTAVIA SUSDIAN ASNANI
NPM: 17.1.02.10914

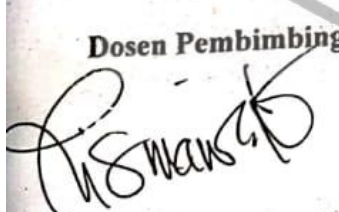
Telah dipertahankan di depan
Tim Penguji pada 18 Maret 2021

Susunan Tim Penguji :

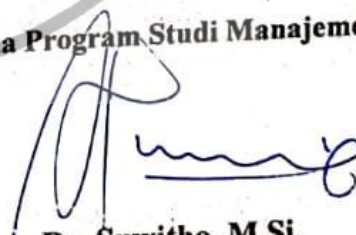
Ketua : Prof. Dr. Budiyanto, M.S.
Anggota : 1. Dr. Prijati, S.E., M.M.
2. Dr. Rismawati, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima
Oleh :

Dosen Pembimbing


Dr. Rismawati, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Suwitho, M.Si.

Ketua STIESIA




Dr. Nur Fadjrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : OKTAVIA SUSDIAN ASNANI

N.P.M : 17.1.02.10914

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST* DAN *SERVICE QUALITY*
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
E-COMMERCE (Study Pada Pengguna Shopee di Atas 17 Tahun)**

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal 18 Maret 2021, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk raikaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-oleh sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) surabaya batal saya terima.

Surabaya, 18 Maret 2021
Yang membuat pernyataan



OKTAVIA SUSDIAN ASNANI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Oktavia Susdian Asnani
NPM : 17.1.02.10914
Program Studi : Manajemen
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya/ 28 Oktober 1998
Agama : Islam
Jumlah Saudara/Anak ke : 3 / 1
Alamat Rumah : Dukuh pengalangan Rt.12/05 No. 45 Gresik
Status : Belum Menikah

B. ORANG TUA

Nama : Asnan Zakaria
Alamat Rumah/Telepon : Dukuh pengalangan Rt.12/05 No. 45 Gresik
/ 081803017813
Alamat Kantor/Telepon : -
Pekerjaan/Jabatan : Karyawan Swasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Kyai Rodliyah Surabaya tahun 2011
2. Tamat SLTP di MTS Negeri 3 Surabaya tahun 2014
3. Tamat SLTA di SMA Gita Kirti 1 Surabaya tahun 2017
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya	I - VII	2017 – 2021	-

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya



Oktavia Susdian Asnani

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya dan Nabi Muhammad S.A.W, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST*, DAN *SERVICE QUALITY* DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN Di *E-COMMERCE* (Study Pada Pengguna *Shopee* Di Atas 17 Tahun)**”

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Nur Fadrijh Asyik S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Hermono Widiarto, S.E., M.M. selaku dosen wali yang telah banyak membantu dan membimbing dalam memberikan pengarahan setiap perwalian berlangsung.
4. Rismawati Dr., S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya, serta dengan sabar membimbing dan memberi arahan agar skripsi ini bisa tersusun dengan baik.

5. Bapak dan Ibu dosen, serta para staf STIESIA Surabaya yang selama ini memberikan banyak ilmu dan kontribusi yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.
6. Kepada seluruh responden yang banyak membantu dan sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada orang tua saya, Asnan Zakaria dan Suzana yang selama ini telah memberikan doa dan memenuhi kebutuhan saya, baik materi maupun non-materi, sehingga saya bisa sampai di titik ini. Terima kasih atas kasih sayang dan cintanya, serta jerih payah yang selalu memotivasi saya untuk memberikan yang terbaik.
8. Kepada kedua adik saya, Dwi Ariyanti Asnani dan Salza Nur Fitri Asnani yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada Dandi Pratama Putra yang telah sabar memberikan semangat, saran, serta motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada diri saya sendiri, terima kasih sudah mau bertahan, *survive*, dan mencapai titik dimana saya akan mendapatkan gelar baru yang tersemat. Terima kasih atas segala perjuangan baik secara fisik maupun psikis.
11. Teman-teman SM-7 tahun 2017, terlebih untuk Arvindak, muflihah, Afida, Afyf, Annisa, Reza, silvia, lilya, dan devi. Tanpa bantuan mereka, saya bukan apa-apa dan saya tidak akan menjadi Oktavia yang sekarang.
12. Teman-teman saya tercinta. Tiara, Wiwit, astry, dinda dan nova yang telah memberikan saya begitu banyak moral support yang sangat-sangat berguna dikala sedang berada di titik terendah.

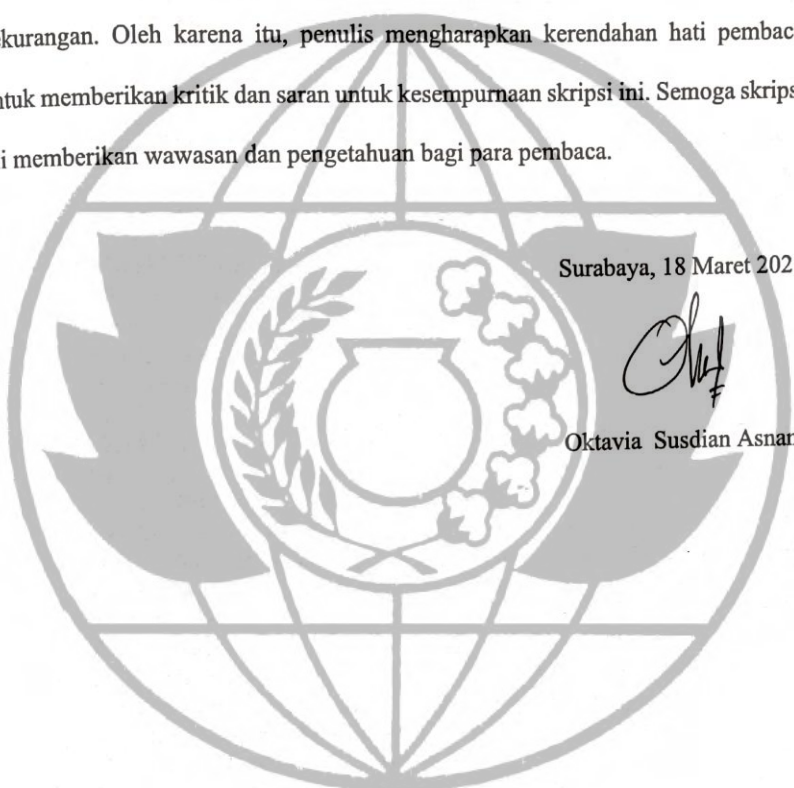
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terima kasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca untuk memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini memberikan wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca.

Surabaya, 18 Maret 2021



Oktavia Susdian Asnani



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
 BAB 1 : PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	12
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	14
2.1 Tinjauan Teoritis	14
2.1.1 Definisi Pemasaran	14
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	14
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	15
2.1.4 Internet	17
2.1.5 <i>E-commerce</i>	18
2.1.6 Brand Image.....	19
2.1.7 <i>Brand Trust</i>	21
2.1.8 <i>Service Quality</i>	24
2.1.9 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.10 Penelitian Terdahulu.....	27
2.2 Rerangka Konseptual	32
2.3 Pengembangan Hipotesis	34
BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	38
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	39
3.5 Teknik Analisis Data	44
3.5.1 Metode Kuantitatif.....	44
3.5.2 Uji Instrumen	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas	45

3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	46
1. Uji Normalitas.....	46
2. Uji Multikolinearitas	46
3. Uji Heterokedastisitas	46
3.5.5 Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit).....	47
1. Uji F	47
2. Koefisien Determinasi (R^2).....	47
3.5.6 Uji Hipotesis (t-test).....	48
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Penelitian.....	50
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	50
1. Sejarah Singkatshopee	50
2. Visi dan Misi <i>Shopee</i>	51
3. Produk dan Layanan <i>Shopee</i>	52
4. Kelebihan dan kekurangan <i>marketplace shopee</i>	52
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden	53
4.1.3 Uji Instrumen	55
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	59
4.1.6 Uji Kelayakan Model.....	61
4.1.7 Uji Hipotesis (t-test).....	63
4.2 Pembahasan	64
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	65
4.2.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian	66
4.2.3 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	67
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Simpulan.....	69
5.2 Keterbatasan.....	70
5.3 Saran.....	70
JADWAL PENELITIAN	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

1. Penelitian Terdahulu	27
2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia	54
3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4. Uji Validitas	56
5. Uji Reliabilitas	58
6. Uji Regresi Linier Berganda	58
7. Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov	59
8. Uji Multikolinearitas	60
9. Uji F	62
10. Koefisien Determinasi (R^2)	62
11. Uji T	63

DAFTAR GAMBAR

1. Diagram Pertumbuhan bisnis <i>e-commerce</i>	03
2. Tabel Pertumbuhan bisnis <i>e-commerce</i>	04
3. Diagram Pertumbuhan bisnis <i>e-commerce</i>	05
4. Kerangka Konseptual	33
5. Scatterplot	61



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian	74
2. Tabulasi Kuesioner Penelitian.....	78
3. Karakteristik Responden	83
4. Hasil Output SPSS	84

