

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KATEGORI FASHION PRIA PADA SHOPEE
DI MASA PANDEMI COVID-19
DI INDONESIA**

Oleh:

Nama: Fena

NIM: 22179052

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

OKTOBER 2022

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN MEREK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KATEGORI FASHION PRIA PADA SHOPEE
DI MASA PANDEMI COVID-19
DI INDONESIA**

Diajukan Oleh:

**Nama : Fena
NIM : 22179052**

Jakarta, 18 Oktober 2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing

(Ir., Tumpal JRS, MM.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2022

1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ABSTRAK

Fena 22179052 / Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kategori Fashion Pria pada Shopee di masa Pandemi COVID-19 di Indonesia/ pembimbing: Ir., Tumpal JRS, MM.

Saat ini platform penyedia belanja online cukup banyak kita lihat di Indonesia keberadaannya. Masyarakat Indonesia saat ini mulai cenderung untuk menggunakan aplikasi penyedia belanja online untuk melakukan aktifitas transaksinya karena cenderung lebih praktis dan tidak perlu untuk berpergian keluar rumah untuk berbelanja. Salah satu platform yang tergolong sangat besar di Indonesia adalah Shopee. Shopee memiliki jumlah pengunjung lebih dari 100 juta kunjungan pada media platformnya di setiap bulan. Shopee dapat memuaskan para pembeli atau konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan, Harga yang cukup bersaing, hingga kepercayaan merek dari brand yang di sukai oleh masyarakat.

Teori yang digunakan untuk mendukung penulisan ini adalah definisi dari kualitas layanan, kepercayaan merek, persepsi harga, keputusan pembelian. Kemudian penelitian ini didukung oleh teori mengenai hubungan antar variabel serta penelitian terdahulu.

Objek penelitian ini adalah Shopee Indonesia. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dan penarikan sampel menggunakan non probability sampling dengan teknik judgement sampling. Oleh karena itu, kuisioner online disebar melalui media google forms sebanyak 100 responden yang pernah bertransaksi di Shopee dalam kurun waktu 3bulan selama masa pandemi COVID-19. Prosedur yang digunakan untuk pengujian model dan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS20.

Output yang dihasilkan menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan merek dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah semua hipotesis yang telah diteliti telah terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan (KL), Kepercayaan Merek (KM), Persepsi Harga (PH), Keputusan Pembelian (KP)

© Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRACT

Fena (22179052) / The Effect of Service Quality, Brand Trust and Price Perception on Purchase Decisions in the Men's Fashion Category at Shopee during the COVID-19 Pandemic in Indonesia/ Advisor: Ir., Tumpal JRS, MM.

Currently, we see quite a lot of online shopping provider platforms in Indonesia. Indonesian people are currently starting to tend to use online shopping provider applications to carry out their transaction activities because they tend to be more practical and do not need to go out of the house to shop. One of the very large platforms in Indonesia is Shopee. Shopee has more than 100 million visitors to its media platform every month. Shopee can satisfy buyers or consumers by providing quality service, fairly competitive prices, to brand trust from brands that are liked by the public.

The theory used to support this writing is the definition of service quality, brand trust, price perception, purchasing decisions. Then this research is supported by the theory of the relationship between variables and previous research.

The object of this research is Shopee Indonesia. The method of data collection in this study used the communication method and sampling using non-probability sampling with judgment sampling technique. Therefore, online questionnaires were distributed through google forms media as many as 100 respondents who had transacted at Shopee within 3 months during the COVID-19 pandemic. The procedure used for model testing and data processing uses the SPSS20 application.

The resulting output shows that service quality, brand trust and price perception have a positive effect on purchasing decisions.

The conclusion of this study is that all hypotheses that have been researched have been shown to have a positive and significant effect

Keywords: Quality of Service (KL), Brand Trust (KM), and Price Perception (PH), Purchase Decisions (KP)



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kategori Fashion Pria pada Shopee di Masa Pandemi COVID-19 di Indonesia” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir., Tumpal JRS, MM selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan perhatian telah bersedia menyumbangkan tenaga, pikiran dan waktu untuk memberikan bimbingan, kritik dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjalankan proses kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan.
3. Seluruh karyawan dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang senantiasa membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
4. Kedua orangtua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendukung, menyemangati, menghibur, dan mendoakan penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Teman-teman seperjuangan di kampus dan di luar kampus yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang selalu memberikan dukungan serta masukan kepada penulis.





6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, penulis sangat menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian.

Jakarta, 22 Agustus 2022

Fena

1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
F. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
G. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
2. Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1. Kualitas Layanan	Error! Bookmark not defined.
2. Kepercayaan Merek	Error! Bookmark not defined.
3. Persepsi Harga	Error! Bookmark not defined.
4. Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
1. Hubungan Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2. Hubungan kepercayaan merek dengan keputusan pembelian	Error! Bookmark not defined.
3. Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.





D. Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

BAB III METODE PENELITIAN.....Error! Bookmark not defined.

A. Objek Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Desain Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

C. Variabel Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

D. Teknik Pemilihan Sampel..... **Error! Bookmark not defined.**

E. Teknik Pengumpulan Data **Error! Bookmark not defined.**

F. Teknik Analisis Data **Error! Bookmark not defined.**

1. Uji Validitas dan Reabilitas **Error! Bookmark not defined.**

2. Analisis Deskriptif **Error! Bookmark not defined.**

3. Analisis Regresi Linier Berganda **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASANError! Bookmark not defined.

A. Gambaran Umum Objek Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

B. Analisis Deskriptif **Error! Bookmark not defined.**

1. Variabel Kualitas Layanan **Error! Bookmark not defined.**

2. Variabel Kepercayaan Merek **Error! Bookmark not defined.**

3. Variabel Persepsi Harga **Error! Bookmark not defined.**

4. Variabel Keputusan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**

C. Hasil Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**

1. Hasil Validitas dan Reabilitas..... **Error! Bookmark not defined.**

2. Hasil Estimasi Persamaan Regresi..... **Error! Bookmark not defined.**

3. Pengujian Asumsi Klasik..... **Error! Bookmark not defined.**

4. Pengujian Kesesuaian Model (uji F)..... **Error! Bookmark not defined.**

5. Uji Koefisien Regresi Partial (uji t) **Error! Bookmark not defined.**

D. Pembahasan **Error! Bookmark not defined.**

BAB V KESIMPULAN DAN SARANError! Bookmark not defined.

A. Kesimpulan **Error! Bookmark not defined.**

B. Saran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKAError! Bookmark not defined.

LAMPIRANError! Bookmark not defined.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu 4 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu 5 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu 6 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu 7 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.8 Penelitian Terdahulu 8 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.9 Penelitian Terdahulu 9 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 2.10 Penelitian Terdahulu 10 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Dari Kualitas Layanan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Dari Kepercayaan Merek **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Dari Persepsi Harga **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3.4 Dimensi dan Indikator Dari Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.1 Skor Rata-Rata Kualitas Layanan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.2 Skor Rata-Rata Kepercayaan Merek **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.3 Skor Rata-Rata Persepsi Harga **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.4 Skor Rata-Rata Keputusan Pembelian..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Kualitas Layanan**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Kepercayaan Merek **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Persepsi Harga ...**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.11 Hasil Heteroskedastitas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.12 Hasil Kesesuaian Model (uji F) **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Regresi Partial (uji t) **Error! Bookmark not defined.**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengunjung Bulanan E-commerce menurut iprice Q1 2022..... **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran **Error! Bookmark not defined.**

© Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 2. Data Responden Kuisisioner **Error! Bookmark not defined.**
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data **Error! Bookmark not defined.**

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.