

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERE LAZADA
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



OLEH

PHILOMENA KARMELITA DHONE

2017410347

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS FLORES
ENDE
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : PHILOMENA KARMELOTA DHONE
Nim : 2017410347
Judul : ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE LAZADA (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS FLORES ENDE)

Ende, 26 Januari 2022

Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji

Pembimbing I

Pembimbing II



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN : 0825077101



Maria Endang Jamu, SE.,MM
NIDN. 0814109101

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Flores



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101

LEMBAR PENGESAHAN

Telah Diterima dan Disahkan oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 26 Januari 2022

Mengesahkan
Dehan Fakultas Ekonomi



Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.Sc
NIDN. 0826037001

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen



Lambertus Langga, SE.,M.Sc
NIDN. 0825077101

Tim Penguji:

- | | | | |
|----|--|----|-------|
| 01 | : <u>Dr. Hyronimus Se, SE.,MM</u>
NIDN : 0829097501 | 1. | |
| 02 | : <u>Maria Helena C. Dua Mea, SS.,MM</u>
NIDN. 0831108301 | 2. | |
| 03 | : <u>Yulius Laga, SE.,M.Ec.,Dev</u>
NIDN. 0829069001 | 3. | |
| 04 | : <u>Maria Endang Jamu, SE.,MM</u>
NIDN. 0814109101 | 4. | |
| 05 | : <u>Lambertus Langga, SE.,M.Sc</u>
NIDN. 0825077101 | 5. | |



UNIVERSITAS FLORES
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERE LAZADA (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende)** Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 26 Januari 2022 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 rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 26 Januari 2022

Yang Memberi Pernyataan



Philomena Karmelita Dhone

2017410347

MOTTO

**“ Jangan mundur sebelum mencoba ,
beban berat itu hanya ada dalam pikiran.**

Coba dulu nanti terbiasa.”

(Vivin)

PERSEMBAHAAN

Dengan penuh rasa syukur kehadaiarat Tuhan yang Maha Esa dengan rendah hati penulis persembahkan skripsi ini kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa yang selalu memberikan rahmat dan karunia kepada saya, sehingga penulis selalu di beri kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta bapak Kletus Noka dan Mama Yuliana Meo Ruba yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku untuk menjadi lebih baik. Terimakasih Bapak, terimakasih Mama atas semua yang telah kalian berikan kepadaku.
3. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, terimakasih untukmu yang telah bersedia membimbing dan mengantarku untuk mengantungi gelar sarjana. Semoga kebahagiaanku juga merupakan kebahagiaanmu sebagai guruku yang teramaat baik.
4. Untuk yang teristimewa saudaraku Yoris Usu Alm, terimakasih banyak saudaraku, ada banyak pesan dan kesan yang akan selalu saya ingat tentangmu. Terimakasih sudah pernah memperjuangkan saya sampai saya bisa masuk bangku kuliah dan bisa sampai pada momen seperti ini.
5. Untuk kakak- kakaku yang tercinta Kk Mus, Kk Leni, Kk No, Kk Patris, Kk Dan, Kk Rika dan keponakaanku Seand, Melan dan Faleri. Terimakasih untuk kalian semua yang sudah berkorban demi saya, terimakasih untuk semua dukungannya untuk saya.

6. Untuk semua keluarga besarku om, tante, kakak, adik yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, trimakasih banyak atas semua campur tangan kalian semua hingga bisa membawa saya sampai pada titik ini.
7. Untuk sahabat seperjuanganku Ogand, Eman, Vatty, Vivi, Itha, Erna, Rensa, Memy, Lhyand, Fenan, Beni, Riki, Soter, Rola. Terimakasih untuk kalian semua yang sudah setia berjuang bersama-sama sampai pada titik ini.
8. Untuk teman-teman Geral Kos Ansi, Aggel, Memy, Hilde, Intan, Rensa, Liand dan juga untuk yang tercaayang adik saya Icha Dula dan Yana, terimakasih untuk kalian semua yang sudah mau bebrbagi suka duka bersama saya dan saya minta maaf jika saya pernah melakukan kesalahan untuk kalian semua.
9. Untuk Almamaterku tercinta Universitas Flores Ende

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa yang senantiasa memberikan rahmat serta kesempatan bagi kita untuk terus menghirup udaranya sehingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende)”**. Yang merupakan tugas akhir dalam menyelesaikan studi dan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk meraih gelar Sarjana Manajemen (SM), pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Flores. Penulis menyadari bahwa dari awal mulai hingga akhir penulisan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan kerja sama dari semua pihak yang terlibat dalam menyumbangkan waktu, gagasan dan tindakan nyata. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan Terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Simon Sira Padji MA selaku Rektor Universitas Flores.
2. Ibu Iriany Dewi Soleiman, SE.,M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Lambertus Langga, SE.,M.Sc Seseleku Ketua Program Studi Manajemen
4. Bapak Lambertus Langga SE.,M.Sc dan Ibu Maria Endang Jamu, SE.,MM. selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II yang telah mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Hyronimus, SE.,MM, Ibu Maria Helena Carolinda Dua Mea,SS.,MM. dan Bapak

6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Flores

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi bahan masukan bagi rekan- rekan dalam menyusun skripsi.

Ende, Desember 2021

Penulis

ABSTRAK

Philomena Karmelita Dhone *Nim : 2015410743. “Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commere Lazada (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Flores Ende)”*. Skripsi : Ende: Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Flores. 2021. Pembimbing I Lambertus Langga, SE.,M.Sc, Pembimbing II Maria Endang, SE.,MM, Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Flores.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commere Lazada. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Populasi dalam penelitian ini terdiri 1.397 orang dan sampel sebanyak 93 orang yang diperoleh dengan menggunakan rumus slovin. Dalam penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling dalam pengambilan sampel, dimana semua anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sebagai sampel.

Dari hasil pengembangan dan pengujian instrumen telah dihasilkan perangkat kuesioner yang baik (memenuhi syarat validitas, reliabilitas). Dari hasil pengujian statistik t untuk variabel citra merek, harga dan promosi memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ nilai signifikansi $< 0,10$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada hasil uji F, dengan nilai $F_{hitung} = 3,971 > F_{tabel} = 1,662$ dan nilai signifikan $< 0,10$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (X_1), harga (X_2), dan promosi (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Untuk nilai *adjusted R square* sebesar 0,410, ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 41%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Citra Merek, Harga dan Promosi.

ABSTRACT

Philomena Karmelita Dhone Nim : 2015410743. "Analysis of the Influence of Brand Image, Price, and Promotion on Purchase Decisions at Lazada E-Commere (Study on Students of the Faculty of Economics, University of Flores Ende)". Thesis : Ende: Management Study Program, Faculty of Economics, University of Flores. 2021. Supervisor I Lambertus Langga, SE., M.Sc, Supervisor II Maria Endang, SE., MM, Management Study Program. Faculty of Economics. Flores University.

This study aims to determine the effect of brand image, price, and promotion on purchasing decisions at e-commerce Lazada. The type of research used is causality research with a quantitative approach. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The population in this study consisted of 1,397 people and a sample of 93 people obtained using the Slovin formula. In this study, non-probability sampling method was used in sampling, where all members of the population did not have the same opportunity to be used as samples.

From the results of the development and testing of the instrument, a good questionnaire has been produced (qualifies for validity, reliability). From the results of statistical testing t for the variable brand image, price and promotion has a value of $t_{(count)} > t_{(table)}$ significance value < 0.10 . This shows that the variables of brand image, price and promotion have a significant effect on purchasing decisions. On the results of the F test, with a value of $F_{(count)} = 3.971 > F_{table} = 1.662$ and a significant value < 0.10 . This shows that the variable brand image (X1), price (X2), and promotion (X3) simultaneously affect purchasing decisions (Y). For the adjusted R square value of 0.410, this shows that the percentage of the influence of brand image, price and promotion on purchasing decisions by 41%. While the rest is influenced by other factors that are not explained in this study.

Keywords: Purchase Decision, Brand Image, Price and Promotion.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.3 E- Commerce	17
2.1.4 Citra Merek.....	20
2.1.5 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.1.6 Harga	25
2.1.7 Hubungan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	29
2.1.8 Promosi.....	30
2.1.9 Hubungan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	32

2.2 Penelitian Yang Relefan.....	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Pengembangan Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Populasi Dan Sampel	35
3.1.1 Populasi.....	35
3.1.2 Sampel	35
3.2 Jenis Penelitian	36
3.3 Lokasi Penelitian.....	36
3.4 Definisi Operasional	36
3.5 Sumber Data	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Teknik Pengukuran Data.....	38
3.8 teknik Analisis Data.....	39
3.9 Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.1.1 Sejarah E-Commece Lazada.....	42
4.1.2 Visi dan Misi E-Commerce Lazada.....	43
4.2 Deskripsi Responden.....	44
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	44
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	46
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	47
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian di Situs Lazada	48
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Selain di Situs Lazada.....	49
4.3 Uji Instrumen	50
4.3.1 Uji Validitas.....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas	52
4.4 Hasil Pengujian.....	53

4.4.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	54
4.5.1 Uji T	54
4.5.2 Uji F.....	56
4.5.3 Koefisien Determinasi	58
4.6 Pembahasan	58
4.6.1 Variabel Citra Merek.....	58
4.6.2 Variabel Harga	60
4.6.3 Variabel Promosi.....	62
4.6.4 Variabel Citra Merek, Harga dan Promosi	63
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Peta Persaingan E-Commerce pada Quartal IV 2017 Sampai Quartal II 2018	3
Tabel 1.2 Data Jumla Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univesitas Flores	8
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relefan	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Skala Likter.....	38
Tabel 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
Tabel 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	46
Tabel 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku.....	47
Table 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian di Situs Lazada	48
Table 4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Selain di Situs Lazada	49
Table 4.3.1 Uji Validitas	51
Table 4.3.2 Uji Reliabilitas	52
Table 4.4.1 Hasil Regresi Linear Berganda	53
Table 4.5.1 Hasil Pengujian Hipotesis (T).....	55
Tabel 4.5.2 Hasil Uji Koefisien Regresi Simultan (F).....	56
Tabel 4.5.3 Hasil Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	34
Gambar 4.2.1 Diagram Lingkaran Berdasarkan Umur.....	45
Gambar 4.2.2 Diagram Lingkaran Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Gambar 4.2.3 Diagram Lingkaran Berdasarkan Jurusan.....	47
Gambar 4.2.4 Diagram Lingkaran Berdasarkan Uang Saku.....	48
Gambar 4.2.5 Diagram Lingkaran Berdasarkan Pembelian di Situs Lazada	49
Gambar 4.2.6 Diagram Lingkaran Berdasarkan Pembelian Selain Lazada	50