

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KEMUDAHAN
PENGUNAAN YANG DIRASAKAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA
MARKETPLACE TOKOPEDIA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**



**Oleh
Komang Diah Urmila Savitri
NIM 1817041120**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

Menyetujui,

Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Skripsi oleh Komang Diah Urmila Savitri ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 18 Februari 2022

Dewan Penguji



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Komang Krisna Hervanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001

(Anggota)



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001

(Anggota)

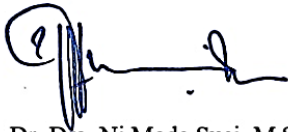
Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada :

Hari : Jumat
Tanggal : 18 Februari 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian,



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M
NIP. 198309212015041001



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "Pengaruh *Social Media Marketing* Instagram dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Janji Jiwa di Singaraja" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 23 Februari 2022

Yang membuat pernyataan



Made Bina Laksamana
1817041119

PRAKATA

Puji Syukur penulis panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa/Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmatNya-lah, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada *Marketplace* Tokopedia di Singaraja”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bimbingan, arahan, serta bantuan baik moral maupun material dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

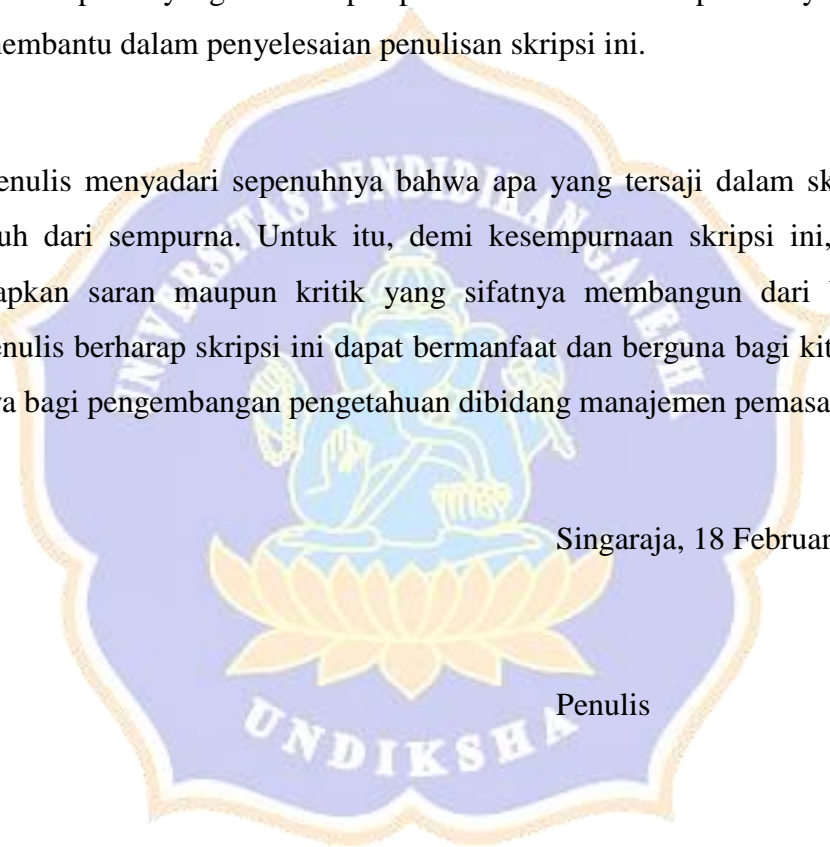
1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E, M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen sekaligus Pembimbing II saya yang telah memberikan arahan, petunjuk dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Ni Nyoman Yulianthini, S.E.,M.M. selaku Pembimbing I yang dengan penuh tanggung jawab dan ketegasan memberikan bimbingan, saran motivasi yang bermanfaat bagi penulis sampai terselesainya skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan
7. Kedua orang tua saya, Gede Natih, S.Pd dan Ni Ketut Sri Umarini serta saudara-saudara saya yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Made Bina Laksamana yang selalu bersedia membantu selama proses perkuliahan serta penyusunan skripsi ini sebagai teman yang selalu mendampingi baik suka maupun duka.
9. Pengurus HMJ Manajemen Masa Bakti 2018/2019 dan 2019/2020 yang telah banyak memberikan pengalaman sebagai proses pembelajaran awal dalam mengikuti suatu organisasi.
10. Teman-teman “Gagal Diet” yang sudah selalu menemani sejak awal kuliah hingga kini dan selalu membantu selama masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan dibidang manajemen pemasaran.

Singaraja, 18 Februari 2022

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN

PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	10
1.3 Pembatasan Masalah	10
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	11
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Deskripsi Teoritis	13
2.2 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	22
2.3 Hubungan Antar Variabel	27
2.4 Kerangka Berpikir	29
2.5 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	33

3.2 Rancangan Penelitian	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	34
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.6 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian	36
3.7 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	37
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data	41
3.9 Uji Hipotesis	44
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data	47
4.2 Pengujian Asumsi	48
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.5 Implikasi	63
 BAB V PENUTUP	
5.1 Rangkuman	63
5.2 Simpulan	64
5.3 Saran	65
 DAFTAR PUSTAKA	 69
LAMPIRAN	73

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Variabel, Konsep Variabel, Indikator dan Skala Ukur	38
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden	49
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolonieritas	53
Tabel 4.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	55



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 <i>Top Brand Index</i> Kategori <i>e-commerce</i> di Indonesia (2018-2021)...	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan Normal <i>P-plot</i>	51
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i>	54
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh Citra Merek dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada <i>Marketplace</i> Tokopedia di Singaraja.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Data <i>Top Brand Index</i> Kategori Situs Jual Beli <i>Online</i> di Indonesia tahun 2018 hingga tahun 2021	39
Lampiran 02. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Citra Merek, Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan, Keputusan Pembelian	40
Lampiran 03. Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 04. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Citra Merek (X_1) dan Kemudahan Penggunaan yang Dirasakan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	53
Lampiran 05. Tabulasi Data Responden	87
Lampiran 06. Hasil Output SPSS	95

