

SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE DI KOTA
BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

IRMA YULIANTI

NIM: 1710412120007



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *MARKETPLACE* SHOPEE DI KOTA
BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Irma Yulianti

NIM : 1710412120007


B. Telah disetujui, lulus dan disahkan Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat

C. Tim Penguji :

a. Ketua

(Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA)

NIP. 196701131994031001

[.....]

b. Sekretaris

(Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM)

NIP. 197306161999031003

[.....]

c. Anggota

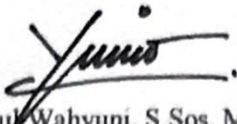
(Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si)

NIP. 197104201999031001

[.....]

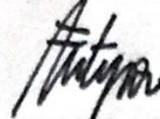
Banjarmasin, 12 Juli 2024

KPS Administrasi Bisnis



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.A.B
NIP. 197511052001122001

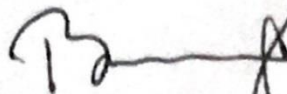
Ketua Pembimbing



Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
NIP. 196701131994031001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 25 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 757/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 21 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Irma Yulianti
NIM : 1710412120007
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Marketplace Shopee di Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 14.00
Nilai : 80,6 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

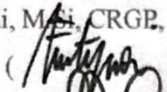

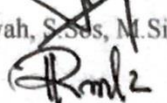
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 25 Juni 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Irma Yulianti

1. Ketua : Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGE, CTIA
()
2. Sekretaris : Prof. Dr. H. Hainurroza, S.Sos, MM
()
3. Anggota : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
an. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Irma Yulianti
NIM : 1710412120007
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Marketplace Shopee di Kota Banjarmasin

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA	82	
2.	Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM	80	
3.	Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si	80	
Jumlah		242	
Nilai Rata-rata		80,6	Nilai Akhir = A

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 25 Juni 2024

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Alim Bachri, SE., M.Si, selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB, selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik sekaligus Dosen Penguji I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi, menilai, dan mengarahkan penulis, hingga skripsi ini tersusun dengan baik

5. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan banyak masukan dalam penyusunan dan perbaikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini menjadi lebih baik.
6. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi, menilai, dan mengarahkan penulis, hingga skripsi ini tersusun dengan baik.
7. Dan seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang.
8. Seluruh Staf Tata Usaha (BAAK) dan Staf program studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu kelancaran studi saya. Semoga Allah SWT, memberikan imbalan atas amal dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, Mei 2024

Penulis

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah menghadirkan orang-orang baik disekitar saya. Karya ini saya persembahkan kepada mereka yang kebbaikannya tidak bisa saya balas satu persatu,

1. Alm. Bapak Mulyadi yang saya sebut abah dan Ibu Risnawati yang saya sebut mama. Terimakasih abah yang telah berusaha, bekerja keras dan menjadi abah yang sangat baik semasa hidupnya serta terimakasih mama dan abah telah dengan sabar dan bangga membesarkan putri tunggalnya. Terimakasih atas doa-doa terbaik yang mama dan abah panjatkan setiap hari untuk putri tunggalnya ini.
2. Bapak Yandi Alfajri sebagai suami saya yang sangat sabar menghadapi saya dengan segala keluh kesah saya, yang siap selalu menemani saya kemanapun, act of service yang luar biasa, the best support system I ever had. terimakasih sudah menjadi suami yang baik setiap hari dan telah menjadi donatur terbesar ke 2 dalam hidup saya.
4. Alm. Bapak Bachruni yang saya sebut sebagai kakek, terimakasih atas kebaikan yang luar biasa kakek beri kepada saya sejak saya masih bayi hingga saya kuliah serta suntikan dananya karena hal ini juga sangat membantu saya. Kebaikan-kebaikan kakek akan saya ingat selalu dan menjadi motivasi saya untuk terus berbuat baik kepada orang sekitar.
3. Ibu Lili Ernawati dan suami serta Ibu Astuti Wahidah dan suami yang saya sebut mereka sebagai mamarina terbaik. Terimakasih selalu mensupport saya dalam keadaan apapun, sungguh banyak kebaikan-kebaikan mereka yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu serta terimakasih kepada sepupu-sepupu saya Vivi, Andre dan Rama, sedikit banyaknya mereka juga turut membantu.
5. M. Elbarizalbi Wafi sebagai anak pertama saya, terimakasih telah membuat hidup saya semakin berwarna, semakin hangat, semakin membuat hati saya lembut dan semakin terasa penuh akan kasih sayang. Melalui Albi, Allah telah memberi pelajaran dan pengalaman yang sangat berharga ini kepada saya, semoga Albi selalu menjadi penyejuk hati bagi kami.
6. Coklat, Oyeo, Hamtaro, Momo, Niki, Momon, dan Piyo yang saya sebut kucing saya yang lucu dan imut. Terimakasih selama ini selalu menemani saya dari malam hingga subuh saat mengerjakan skripsi ini.

Kalian adalah salah satu rezeki dari Allah SWT yang tidak bisa ditukar dengan apapun ♡

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 12 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Irma Yulianti

NIM. 1710412120007

ABSTRAK

Irma Yulianti, 1710412120007, 2024, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian pada pengguna *Marketplace* Shopee di kota Banjarmasin. Di bawah bimbingan: Fitriyadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh citra merek dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian pada pengguna Shopee di kota Banjarmasin. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang berupa *explanatory*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden yang diambil menggunakan teknik *accidental sampling*, pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas informasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Demikian juga, secara simultan citra merek dan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *marketplace* shopee di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Informasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Irma Yulianti,1710412120007, 2024, The Effect of Brand Image and Quality of Information on Purchasing Decisions of Marketplace Shopee Users in the city of Banjarmasin. Under the guidance of: Fitriyadi.

This study aims to determine and examine the effect of brand image and quality of information on purchasing decisions of marketplace users in the city of Banjarmasin. The approach used in this research is quantitative in the form of explanatory. The sample used was 100 respondents who were taken using accidental sampling technique, data collection using a questionnaire, and analyzed using multiple linear regression.

The results showed that brand image partially had a positive and significant effect on purchasing decisions and quality of information partially had a positive and significant effect on purchasing decisions. Similarly, simultaneously brand image and quality of information have a significant effect on purchasing decisions of marketplace Shopee in the city of Banjarmasin.

Keywords: *Brand Image, Quality of Information, Purchasing Decisions*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
DAFTAR PENILAIAN RATA-RATA UJIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori	23
2.1.1 Konsep Dasar Pemasaran	23
2.1.2 <i>Market</i> (Pasar)	26
2.1.3 <i>E-Commerce</i>	28
2.1.4 <i>Marketplace</i>	30
2.1.5 Perilaku Konsumen	36
2.1.6 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	39
2.1.7 Kualitas Informasi	45
2.1.8 Keputusan Pembelian	51
2.2 Penelitian Terdahulu	58
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	68

2.3.1 Hipotesis.....	68
2.3.2 Model Penelitian	74
BAB III METODE PENELITIAN	75
3.1 Pendekatan Penelitian.....	75
3.2 Desain Penelitian	75
3.3 Lokasi Penelitian	76
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	76
3.4.1 Populasi	76
3.4.2 Sampel.....	76
3.4.3 Teknik Sampling	77
3.5 Definisi Operasional Variabel	78
3.5.1 Variabel Independen	78
3.5.2 Variabel Dependen.....	80
3.6 Teknik Pengumpulan Data	85
3.6.1 Data Primer	85
3.6.2 Data Sekunder	86
3.7 Teknik Analisa Data	86
3.7.1 Skala Pengukuran.....	86
3.7.2 Analisa Statistik Deskriptif	87
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	88
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	89
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
3.7.6 Alat Uji Hipotesis.....	93
BAB IV HASIL PENELITIAN	96
4.1 Profil Responden	96
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	96
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	97
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	97
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan	98
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku perbulan	99
4.2 Deskriptif Frekuensi Variabel Penelitian.....	100

4.2.1 Variabel Citra Merek (X1)	100
4.2.2 Variabel Kualitas Informasi (X2).....	104
4.2.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	108
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	112
4.3.1 Uji Validitas	112
4.3.2 Uji Reliabilitas	114
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	114
4.4.1 Uji Normalitas	114
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	118
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	119
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	120
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	122
4.6.1 Hasil Uji t.....	122
4.6.2 Hasil Uji F.....	123
4.6.3 Koefesien Determinasi	124
BAB V PEMBAHASAN HASIL.....	126
5.1 Pembahasan	126
5.1.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	126
5.1.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	128
5.1.3 Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	130
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	130
5.2.1 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	131
5.2.2 Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	132
5.2.3 Citra Merek dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	132
5.3 Keterbatasan Penelitian	134
BAB VI PENUTUP.....	135
6.1 Kesimpulan.....	135
6.2 Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Pengguna Internet di Kalimantan	2
Tabel 1.2 Frekuensi Masyarakat Kalimantan Selatan Dalam Berbelanja	4
Tabel 1.3 <i>Marketplace</i> dengan Pengujung Terbanyak di Indonesia.....	8
Tabel 1.4 10 Provinsi Dengan Transaksi Marketplace Shopee Paling Besar di Indonesia.....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	58
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	82
Tabel 3.2 Skala Likert.....	87
Tabel 3.3 Kategori Jawaban Responden.....	88
Tabel 3.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	95
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan usia.....	96
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin	97
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan Pendidikan Terakhir	97
Tabel 4.4 Karakteristik berdasarkan Jenis Pekerjaan	98
Tabel 4.5 Karakteristik berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku	99
Tabel 4.6 Distribusi frekuensi variabel citra merek.....	100
Tabel 4.7 Distribusi frekuensi variabel kualitas informasi	104
Tabel 4.8 Distribusi frekuensi variabel keputusan pembelian.....	108
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	113
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	114
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Sepuluh Negara dengan Pertumbuhan <i>E-Commerce</i>	6
Gambar 1.3 <i>E-Commerce</i> dengan GMV Terbesar di Indonesia.....	10
Gambar 1.4 GMV Shopee Tahun 2021-2023.....	11
Gambar 1.5 Top Brand Index Situs Jual Beli Online di Indonesia	13
Gambar 1.6 Platform <i>E-Commerce</i> pilihan masyarakat di Kalimantan Selatan....	14
Gambar 1.7 Salah satu contoh masalah melalui transaksi <i>online</i>	18
Gambar 2.1 Ruang Lingkup Perilaku Konsumen.....	36
Gambar 2.2 Model Penelitian	74
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas.....	115
Gambar 4.2 Normal Probability Plot.....	116
Gambar 4.3 Uji One-Sample K-S.....	117
Gambar 4.4 Hasil Grafik Scatterplot	119
Gambar 4.5 Hasil Uji Glejser	120
Gambar 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	121
Gambar 4.7 Hasil Uji t.....	122
Gambar 4.8 Hasil Uji F.....	123
Gambar 4.9 Nilai Koefisien Determinasi.....	124
Gambar 5.1 Model Akhir Penelitian.....	133