

SKRIPSI
PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA *MARKETPLACE* SHOPEE DI KOTA
BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada

Jurusan Administrasi Bisnis

Oleh:

MUHAMMAD ARIF FIRDAUS

NIM: 2110412310072



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN

2026

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI KOTA
BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Muhammad Arif Firdaus

NIM : 2110412310072

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

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA

NIP. 196701131994031001

()

b. Penguji I

Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si

NIP. 199211262019032026

()

c. Penguji II

Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

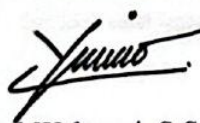
NIP. 197604132000121002

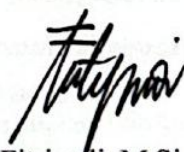
()

Banjarmasin, 20 Mei 2026

Koordinator Jurusan
Administrasi Bisnis

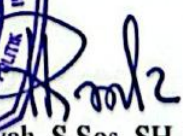
Ketua Pembimbing


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001


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



Mengetahui,
DEKAN FISIP ULM


Dr. Irawansyah, S.Sos, SH, M.Si.
NIP. 197104201999031001

SURAT TUGAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
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>

SURAT TUGAS

Nomor 11/UN8.1.13/KP.10.00/2026

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin menugaskan Saudara/i :

1. Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
2. Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
3. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB

Untuk menguji **Skripsi** Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Muhammad Arif Firdaus
NIM : 2110412310072
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Marketplace* Shopee Di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 20 Mei 2026
J a m : 13.00 Wita – Selesai
T e m p a t : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 7 Mei 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
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 Rabu tanggal 20 bulan Mei tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 11/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 7 Mei 2026 untuk menguji skripsi :

Nama	: Muhammad Arif Firdaus
NIM	: 2110412310072
Jurusan/Program Studi	: Administrasi Bisnis
Judul Skripsi	: Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee Di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian	: Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian	: 13.00 Wita s.d Selesai
Nilai	: 70,3 (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 : 20 Mei 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,	1. Ketua : Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
	()
Muhammad Arif Firdaus	2. Sekretaris : Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
	()
	3. Anggota : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
	()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Kota Banjarmasin”** tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB selaku Koordinator Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih baik.

6. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran selama masa perkuliahan dari awal hingga akhir.
8. Seluruh Staff Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah membantu dalam proses administrasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan penulis. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Banjarmasin, 20 Mei 2026



Muhammad Arif Firdaus
2110412310072

PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puji dan syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, serta shalawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sang penerang hidup dunia dan akhirat, atas segala nikmat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan dengan sepenuh hati kepada:

1. Kepada kedua orang tua tercinta ibu Rahmah dan bapak Syarfudin Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Terima kasih telah memberikan motivasi dan nasihat yang luar biasa, Tanpa perjuangan kalian, saya tak akan bisa sampai pada titik ini. Terima kasih atas segala dukungan moril dan materil yang memungkinkan saya untuk menyelesaikan pendidikan ini.
2. Kepada sahabat-sahabat saya yang berteman dengan saya pada masa SMP, SMK dan Kuliah yang selalu setia menemani dan mendengarkan segala keluhan saya, terima kasih yang tak terhingga. Begitu banyak teman yang turut menyertai proses ini, meski tak bisa saya sebutkan satu per satu, namun setiap doa dan kebaikan kalian sangat berarti.
3. Untuk diri saya sendiri, Muhammad Arif Firdaus, terima kasih karena telah bertahan, berjuang, dan terus melangkah meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan. Terima kasih telah memilih untuk tidak menyerah, belajar dari setiap kesalahan, dan terus berusaha menjadi versi terbaik dari diri sendiri. Perjalanan ini tidak mudah, tetapi kamu berhasil melewatinya dengan penuh keteguhan dan keberanian.

Semoga perjalanan ini menjadi bukti bahwa dengan doa, usaha, dan dukungan dari orang-orang terkasih, kita bisa mengatasi setiap rintangan.

Banjarmasin, 20 Mei 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'MAF' with a stylized flourish at the end.

Muhammad Arif Firdaus
2110412310072

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 maupun tim penguji
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka

Pertanyaan 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, 20 Mei 2026



Muhammad Arif Firdaus
2110412310072

ABSTRAK

Muhammad Arif Firdaus, 2110412310072, 2025. Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Banjarmasin, di bawah bimbingan: Fitriyadi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee di Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian di Banjarmasin. Sampel sebanyak 100 orang responden yang pernah membeli produk di *marketplace* Shopee dipilih secara acak melalui teknik *accidental sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dibantu IBM SPSS Statistik Versi 26.

Hasil penelitian ini membuktikan Citra Merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Banjarmasin. Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Banjarmasin. Serta Citra Merek dan Kepercayaan Merek berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Banjarmasin.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Muhammad Arif Firdaus, 2110412310072, 2025. The Influence of Brand Image and Brand Trust on Purchase Decisions on the Shopee Marketplace in Banjarmasin, under the supervision of Fitriyadi.

This study was conducted to identify and examine the partial and simultaneous effects of Brand Image and Brand Trust variables on purchase decisions on the Shopee marketplace in Banjarmasin.

This research employed a quantitative approach, with the research location in Banjarmasin. A sample of 100 respondents who had previously purchased products on the Shopee marketplace was randomly selected using the accidental sampling technique. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics Version 26.

The results of this study indicate that Brand Image has a significant partial effect on purchase decisions on the Shopee marketplace in Banjarmasin. Brand Trust also has a significant partial effect on purchase decisions on the Shopee marketplace in Banjarmasin. Furthermore, Brand Image and Brand Trust simultaneously have a significant effect on purchase decisions on the Shopee marketplace in Banjarmasin.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	20
1.3 Tujuan Penelitian	20
1.4 Manfaat Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Pemasaran	22
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	23
2.1.3 Perilaku Konsumen	24
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	30
2.1.5 Citra Merek	37
2.1.6 Kepercayaan Merek	43
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	50
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	55
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	55
2.3.2 Model Penelitian	63
BAB III METODE PENELITIAN.....	64
3.1 Pendekatan Penelitian	64
3.2 Desain Penelitian.....	64
3.3 Lokasi Penelitian.....	65

3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling	65
3.4.1 Populasi	65
3.4.2 Besar Sampel.....	65
3.4.3 Teknik Sampling	66
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	67
3.5.1 Variabel Bebas (Independen)	67
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen).....	72
3.6 Teknik Pengumpulan Data	76
3.6.1 Data Primer	76
3.6.2 Data Sekunder	77
3.7 Teknik Analisa Data.....	77
3.7.1 Skala Pengukuran.....	77
3.7.2 Deskriptif Statistik	77
3.7.3 Uji Validitas dan Realibilitas	78
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	79
3.7.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	81
3.7.6 Uji Hipotesis	82
BAB IV HASIL PENELITIAN	86
4.1 Profil Responden.....	86
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	86
4.1.2 Berdasarkan Usia	87
4.1.3 Berdasarkan Pendidikan.....	87
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan	88
4.1.4 Berdasarkan Pendapatan	88
4.1.5 Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk <i>Online</i> .	89
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	90
4.2.1 Deskriptif Variabel Citra Merek (X1).....	90
4.2.2 Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	92
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	95
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	98
4.3.1 Uji Validitas	98
4.3.2 Uji Reliabilitas	101
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	102
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	102

4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	104
4.5 Uji Regresi Linear Berganda.....	105
4.6 Hasil Uji Hipotesis	107
4.6.1 Uji t (Parsial).....	107
4.6.2 Uji F (Simultan)	108
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	109
BAB V PEMBAHASAN HASIL	111
5.1 Pembahasan.....	111
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	114
5.2.1 Implikasi Teoritis	114
5.2.2 Implikasi Praktis	115
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	116
BAB VI PENUTUP	118
6.1 Kesimpulan	118
6.1 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN KUISIONER	128
Kuesioner Penelitian	129
LAMPIRAN TABULASI DATA	134
LAMPIRAN HASIL OUTPUT SPSS 26	144
BIODATA.....	162

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
Tabel 1.1	Data Kunjungan Marketplace di Indonesia	4
Tabel 2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	50
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	75
Tabel 3.2	Skala Likert	77
Tabel 3.3	Interval Tanggapan Responden.....	78
Tabel 3.4	Tabulasi Interpretasi Nilai.....	85
Table 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Table 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	87
Table 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	87
Table 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	88
Table 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	89
Table 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....	89
Table 4.7	Jawaban Responden Variabel Citra Merek (X1)	90
Table 4.8	Jawaban Responden Variabel Kepercayaan Merek (X2)	92
Table 4.9	Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	95
Table 4.10	Hasil Uji Validitas.....	99
Table 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	102
Table 4.12	Uji Kolmogorov Smirnov	103
Table 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	105
Table 4.14	Uji Regresi Linear Berganda.....	106
Table 4.15	Hasil Statistik Secara Parsial (Uji-t)	107
Table 4.16	Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F)	108
Table 4.17	Hasil Koefisien Determinasi R^2	109

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
	Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia.....	2
	Gambar 1.2 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee	11
	Gambar 1.3 Review Penggunaan Marketplace Shopee	13
	Gambar 2.1 Model Penelitian	63
	Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	102
	Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	103
	Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	104

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
	Lampiran 1 Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden.....	145
	Lampiran 2 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek (X1)	146
	Lampiran 3 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek (X2)	147
	Lampiran 4 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	149
	Lampiran 5 Uji Validitas Citra Merek (X1).....	151
	Lampiran 6 Uji Validitas Kepercayaan Merek (X2).....	151
	Lampiran 7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	152
	Lampiran 8 Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X1)	153
	Lampiran 9 Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek (X2)	154
	Lampiran 10 Uji Realibilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	154
	Lampiran 11 Uji Asumsi Klasik	155
	Lampiran 12 Uji Regresi Linear Berganda	156
	Lampiran 13 Uji Hipotesis.....	157
	Lampiran 14 Titik Persentase Distribusi t (df=41-80)	158
	Lampiran 15 Tabel R-Tabel	158
	Lampiran 16 Tabel F-Tabel	159