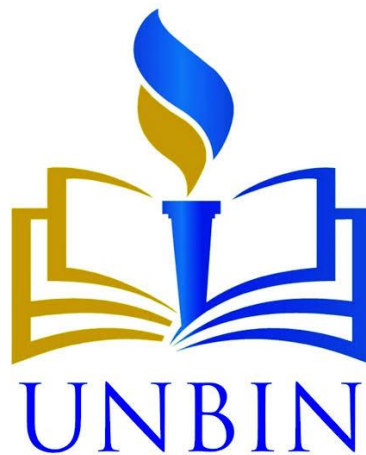


**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN
PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK PADA
E-COMMERCE SHOPEE
DI KOTA BOGOR**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN
MEMENUHI SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA MANAJEMEN**



OLEH:

**DEVI FEBRIYANI
NPM S1-0218.086**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DEVI FEBRIYANI

NPM : S1-0218086

JUDUL : PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI KOTA BOGOR

**Tim Penguji
Dosen Pembimbing**

(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

(SUMARDJONO, S.E., M.M)

(WARTOYO HADI, S.E., M.M)

Mengetahui,

Ketua Prodi

Dekan

(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)

(YUSTIANA WARDHANI, S.Hut., M.M)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur khadirat Allah SWT bahwa akhirnya skripsi dengan judul **“PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *BRAND IMAGE*, DAN *PRODUCT QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA *E-COMMERCE* SHOPEE DI KOTA BOGOR”** ini telah peneliti selesaikan dengan rencana yang telah kami tentukan sebelumnya.

Peneliti menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang peneliti miliki. Untuk peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan dimasa yang akan datang bisa jauh lebih baik lagi

Skripsi ini tersusun atas bantuan dan bimbingan berbagai pihak, karenanya perkenankanlah peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., MM selaku Rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak selaku Wakil Rektor I, Bapak Dedy Mulyadi, S.Si.,M.Kom selaku Wakil Rektor II dan Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., MM selaku pembimbing I yang sudah memberikan bimbingan, arahan serta bersedia meluangkan waktunya kepada penulis dalam proses penyusunan proposal skripsi.

4. Bapak Darwin Marasi Purba, S.E., M.Ak selaku pembimbing II. yang sudah memberikan bimbingan, arahan serta bersedia meluangkan waktunya kepada penulis dalam proses penyusunan proposal skripsi.
5. Teristimewa untuk orangtua, yakni Ibunda Farida Haryani yang telah banyak memberikan dukungan serta doa kepada saya.
6. Para Dosen Universitas Binaniaga Indonesia yang jasanya cukup besar dalam membimbing penelitian selama studi di Universitas Binaniaga Indonesia.
7. Rekan-Rekan mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia yang telah membantu dan mendorong kami dalam penyelesaian skripsi.

Penulis menyadari akan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, maka dalam penyusunan proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang membangun penulis butuhkan untuk dapat menjunjung kesempurnaan proposal skripsi ini. Penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Bogor, November 2024

peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	14
G. Sistematika Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Landasan Teori	16
B. Penelitian Terdahulu	44
C. Kerangka Pemikiran	49
D. Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	53
A. Metode Penelitian	53
B. Operasional Variabel	54
C. Populasi dan Sampel	58
D. Jenis dan Sumber Data	60
E. Teknik Pengambilan Data	60
F. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	74
A. Gambar Umum Mengenai Objek Penelitian	74
B. Profil Responden	75
C. Uji Validitas Dan Reliabilitas	81
D. Uji Asumsi Klasik	87
E. Analisis Statistik Deskriptif	93
F. Uji Korelasi	97
G. Analisis Regresi Linear Berganda	98

H. Uji Hipotesis	100
I. Koefisien Determinasi (r^2)	104
J. Pembahasan Hasil Penelitian	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
A. Kesimpulan	111
B. Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	118

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Peta <i>E-Commerce</i> Indonesia Kuartal I/2022	7
Tabel 2 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3 Operasional Variabel	55
Tabel 4 Metode Pengambilan Data	61
Tabel 5 Data Interval Jawaban responden	69
Tabel 6 Interpretasi Koefisien Korelasi	70
Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (X_1).....	81
Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (X_1).....	82
Tabel 9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X_2).....	82
Tabel 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> (X_2)	83
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Product Quality</i> (X_3).....	84
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Quality</i> (X_3)	85
Tabel 13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	85
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	86
Tabel 15 Hasil Uji Linearitas X_1 Terhadap Y	89
Tabel 16 Hasil Uji Linearitas X_2 Terhadap Y	89
Tabel 17 Hasil Uji Linearitas X_3 Terhadap Y	90
Tabel 18 Hasil Uji Multikolinearitas	91
Tabel 19 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Awareness</i> (X_1)	93
Tabel 20 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Image</i> (X_2)	94
Tabel 21 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Product Quality</i> (X_3).....	95
Tabel 22 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	96
Tabel 23 Interpretasi Koefisien Korelasi	97
Tabel 24 Hasil Uji Korelasi	97
Tabel 25 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	98
Tabel 26 Hasil Uji Parsial (Uji t)	100

Tabel 27 Hasil Uji F	103
Tabel 28 Hasil Uji Koefisien Determinasi (r^2).....	104

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia Dalam Lima Tahun Terakhir	2
Gambar 2 Sepuluh Negara Dengan Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> Tercepat	3
Gambar 3 Keluhan Konsumen Pengguna Layanan <i>E-Commerce</i>	8
Gambar 4 Piramida <i>Brand Awareness</i>	25
Gambar 5 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian.....	40
Gambar 6 Kerangka Pemikiran	49
Gambar 7 Logo Shopee.....	74
Gambar 8 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Gambar 9 Grafik Responden Berdasarkan Usia	77
Gambar 10 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	78
Gambar 11 Grafik Responden Berdasarkan Pendapatan	79
Gambar 12 Grafik Responden Berdasarkan Berbelanja <i>Online</i>	80
Gambar 13 Grafik Histogram Dan Grafik PP Plot Normalitas.....	87
Gambar 14 Grafik <i>Scatterplot</i> Hasil Uji Heterokedastisitas	92

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	118
Lampiran 2 Tabulasi Data Mentah Untuk Uji Validitas dan Reliabilitas	125
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	129
Lampiran 4 Tabulasi Data Mentah	133
Lampiran 5 Hasil Analisis Data	140
Lampiran 6 Tabel Uji F	144
Lampiran 7 Tabel Uji t	145
Lampiran 8 Tabel Uji r	146