

**HUBUNGAN ANTARA CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN *MARKETPLACE SHOPEE* PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA**

DEBBY DESANTI PUTRI

8135151385



*Building
Future
Leaders*

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

***THE RELATIONSHIP BETWEEN BRAND IMAGE AND TRUST WITH
PURCHASE DECISION MARKETPLACE SHOPEE ON STUDENTS
FACULTY OF ECONOMICS IN STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

DEBBY DESANTI PUTRI

8135151385



*Building
Future
Leaders*

This scriptie is structured as one of the requirements to obtain a bachelor degree at the Faculty of Economic, State University of Jakarta

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2019

ABSTRAK

Debby Desanti Putri, Hubungan antara Citra Merek dan Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian *Marketplace Shopee* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, Selama 6 bulan terhitung sejak bulan Januari 2019 sampai dengan bulan Juli 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara citra merek dan kepercayaan dengan keputusan pembelian *Marketplace Shopee* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 115 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 16,404 + 0,245 X_1 + 0,556 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikan (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan signifikan Y bernilai 0,200 X_1 bernilai 0,200 X_2 bernilai 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikan pada *Linearity*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa data tersebut memiliki hubungan yang linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X_1 dan X_2 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $48,250 > 3,08$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 3,145$ dan $t_{tabel} = 1,65857$ Y atas X_2 $t_{hitung} = 2,477$ dan $t_{tabel} = 1,65857$. Nilai koefisien korelasi antara variabel citra merek (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,529 dan nilai koefisien korelasi antara variabel kepercayaan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,645. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian, serta hubungan positif dan signifikan antara kepercayaan dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek dan kepercayaan dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,463 yang menunjukkan bahwa 46,3% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh citra merek dan kepercayaan. Sementara itu, sisanya 53,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Citra Merek, Kepercayaan.

ABSTRACT

Debby Desanti Putri, *The Relationship Between Brand Image and Trust With Purchase Decision Marketplace Shopee on Students Faculty of Economics in State University of Jakarta*

This research was conducted at the Faculty of Economics, Jakarta State University, for 6 months from January 2019 to July 2019. The purpose of this study was to determine the relationship between brand image and trust in purchasing decisions of Shopee Marketplace for students of the Faculty of Economics, Jakarta State University. The research method used is a survey method with a correlational approach, the population used is Students of the Faculty of Economics, Jakarta State University. The sampling technique used was a Purposive sampling technique of 115 people. The resulting equation of the rigor is $\hat{Y} = 16.404 + 0.245 X_1 + 0.556 X_2$. The requirements analysis test is the normality test with the Kolmogorov-Smimov test with a significant level (α) = 5% or 0.05 and produces a significant Y value of 0.200 X_1 worth 0.200 X_2 worth 0.200. Because the significance level of the three variables is > 0.05 , it can be concluded that the data are normally distributed and can be used in subsequent analyzes. The regression linearity test Y for X_1 and Y over X_2 produces a significant value in linearity, which is $0,000 < 0.05$, so it is concluded that the data has a linear relationship. From the regression test Y for X_1 and X_2 produces $F_{count} > F_{table}$, which is $48.250 > 3.08$, so it can be concluded that the regression equation is significant. Furthermore, the t test and Y above X_1 $t_{hitung} = 3.145$ and $t_{table} = 1.65857$ Y over X_2 $t_{hitung} = 2.477$ and $t_{table} = 1.65857$. The correlation coefficient between the brand image variable (X_1) on the purchasing decision (Y) is 0.529 and the correlation coefficient between the trust variable (X_2) for the purchasing decision (Y) is 0.645. So, there is a positive and significant relationship between brand image and purchasing decision, as well as a positive and significant relationship between trust and purchasing decisions. Thus, it can be concluded that there is a positive and significant relationship between brand image and trust with purchasing decisions. The determination coefficient Y for X_1 and X_2 obtained is 0.463 which indicates that 46.3% of purchase decision variables are determined by brand image and trust. Meanwhile, the remaining 53.7% is influenced by other factors.

Keywords: *Purchase Decision, Brand Image, Trust.*

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana E.S. M. Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Ketua Penguji		09/08/19
2. <u>Dita Puruwita, S.Pd, M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Penguji Ahli		12/08/19
3. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris		12/08/19
4. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing I		09/08/19
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		10/08/19

Tanggal Lulus: 29/07/19

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Debby Desanti Putri

8135151385

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Sesungguhnya dalam setiap kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah berkerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS AL Insyirah 6-8)

“Tiada awan di langit yang tetap selamanya. Tiada mungkin akan terus-menerus terang cuaca. Sehabis malam gelap gulita lahir pagi membawa keindahan.

Kehidupan manusia serupa alam”

(Raden Ajeng Kartini)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ibu dan bapak tersayang yang telah membimbing dan mendidik selama ini tanpa mengenal lelah. Terimakasih ibu dan bapak untuk dukungannya selama ini baik moril dan materil tak lupa doa terbaik dari ibu dan bapak sampai saya berada ditahap ini. Saya persembahkan juga untuk kaka-kaka tersayang yang tak pernah lelah memberi nasihat dan dukungan.

Skripsi ini juga saya persembahkan kepada Pak Nurdin dan Mam Ryna yang tak pernah lelah membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Jakarta, 21 Juli 2019

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmat dan hidayahNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya. Skripsi ini berjudul Hubungan antara Citra Merek dan Kepercayaan dengan Keputusan Pembelian *Marketplace Shopee* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu atau membimbing penelitian dan penulisan skripsi ini. Terimakasih penulis ucapkan kepada:

1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si., sebagai Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam membuat skripsi.
2. Ryna Parlyna, MBA., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing peneliti dalam membuat skripsi.
3. Dra. Dientje Griandini, M.Pd., selaku Pembimbing Akademik.
4. Prof. Dedi Purwana E.S. M. Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

5. Seluruh dosen dan staff Program Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah membimbing selama perkuliahan.
6. Kedua orang tua saya yang telah mendukung saya baik secara material dan moral selama pelaksanaan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
7. Kedua kaka saya Dike Darlita Putri dan Della Dwitanti Putri yang telah mendukung dan memberi semangat selama pelaksanaan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
8. Semua keluarga yang telah memberikan dukungan selama proses perkuliahan.
9. Kepada Five Harmoneh, Putri Aulia, Athifa Rahmadini, Aulia Hanifah, Namira Nurmeidyan, Mendy Istifiatun Nufus dan Nadya Cahyaningrum yang telah menjadi teman terbaik selama proses perkuliahan.
10. Kepada teman teman satu bimbingan.
11. Kepada Nahda, Ulfa, Rani, Ivana, Fira, Dea, Destio, Aprizal, dan Iqbal yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
12. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2015 atas dukungan dan kerjasamanya selama ini.
13. Serta semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih terdapat kekuarangan serta kesalahan dari materi ataupun dari penyajian. Oleh karena itu, harapan peneliti adalah adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Juli 2019

Debby Desanti Putri