

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEPATU CONVERSE DI SHOPEE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS
BHAYANGKARA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ANGKATAN 2020)**

SKRIPSI

Oleh:

Ivan Ardiansyah

202010325196



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Online
Customer Review Terhadap Keputusan
Pembelian Sepatu Converse Di Shopee
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas
Bhayangkara Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Angkatan 2020)

Nama Mahasiswa : Ivan Ardiansyah
Nomor Pokok : 202010325196
Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENYETUJUI,

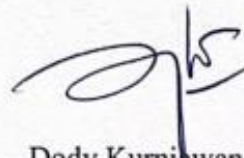
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Murti Wijayanti, SE., MM

NIDN. 0320127504



Dody Kurniawan, S.E., MM

NIDN. 0319087903

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2020)

Nama Mahasiswa : Ivan Ardiansyah

Nomor Pokok : 202010325196

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Juli 2024

Jakarta, 25 Juli 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Milda Handayani, SE., MM
NIDN. 0330087504

Sekretaris Tim Penguji : Dra. Rini Wijayaningsih, MM
NIDN. 0328056302

Penguji : Murti Wijayanti, SE., MM
NIDN. 0320127504

[Handwritten signatures of Milda Handayani, Dra. Rini Wijayaningsih, and Murti Wijayanti]

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

[Handwritten signature of Dr. Dovina Navanti]

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M

NIDN. 0327037601

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

[Handwritten signature of Prof. Dr. Istianingsih]

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak

NIDN. 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ivan Ardiansyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325196
Tempat, Tanggal Lahir : Kebumen, 13 Maret 2002
Alamat : Kp. Cikiwul RT 05 RW 04 Rumah No.37 Bantar
Gebang Kota Bekasi 17152

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Angkatan 2020). Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melali internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 25 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan



Ivan Ardiansyah
202010325196

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui secara simultan dan parsial dari variabel bebas yaitu Citra Merek, Harga, dan *Online Customer Review*, variabel terkait yaitu Keputusan Pembelian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan perhitungan *Purposive Sampling* dengan rumus slovin. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2020. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 154 responden. Berdasarkan hasil penelitian dalam Uji Parsial (uji t) Variabel Citra Merek (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $t_{hitung} 2,655 > 1,97580$ (t_{tabel}) dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Variabel Harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai (t_{hitung}) $2,733 > (t_{tabel}) 1,97580$ dengan nilai signifikan sebesar $0,007 < 0,05$. Variabel *Online Customer Review* (X3) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai (t_{hitung}) $4,071 > (t_{tabel}) 1,97580$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Selanjutnya dalam Uji Simultan (uji f) Variabel Citra Merek, Harga, dan *Online Customer Review* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian dengan nilai $f_{hitung} 13,817$ dengan signifikansi senilai $0,000$ dan f_{tabel} senilai $2,66$. Nilai f_{hitung} lebih besar dari nilai f_{tabel} dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. kemudian Uji Koefisien Determinasi (Adjust R^2) dihasilkan bahwa korelasi antara ketika variabel Citra Merek (X1), Harga (X2), *Online Customer Review* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 20,1%.

Kata Kunci : *Citra Merek, Harga, Online Customer Review, dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The research conducted aims to know simultaneously and partially from the independent variables, namely Brand Image, Price, and Online Customer Review, related variables, namely Purchase Decisions. This study is quantitative research using Purposive Sampling calculations with the slovin formula. The population in this study is students of Bhayangkara University Jakarta Raya Class of 2020. The number of samples used in this study was 154 respondents. Based on the results of the research in the Partial Test (t-test), the Brand Image Variable (X1) has a positive and significant influence on Purchase Decisions with a tcount value of 2.655 > 1.97580 (ttable) with a significance value of 0.009 < 0.05. The Price variable (X2) has a positive and significant influence on purchase decisions with a value (tcal) of 2.733 > (table) of 1.97580 with a significant value of 0.007 < 0.05. The Online Customer Review variable (X3) has an influence and significant influence on purchase decisions with a value (tcal) of 4.071 > (ttable) 1.97580 with a significant value of 0.000 < 0.05. Furthermore, in the Simultaneous Test (test f) the Brand Image, Price, and Online Customer Review variables simultaneously had a positive and significant effect on the Purchase Decision variable with a fcalculated value of 13.817 with a significance of 0.000 and a ftable of 2.66. The value of fcal is greater than the value of ftable and the significance value is 0.000 < 0.05. then the Determination Coefficient Test (Adjust R2) produced that the correlation between the variables Brand Image (X1), Price (X2), Online Customer Review (X3) to Purchase Decision (Y) was 20.1%.

Keywords: *Brand Image, Price, Online Customer Review, and Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang maha Esa Allah SWT. yang telah memberikan nikmat sehat dan panjang umur serta kemudahan kepada penulis sehingga proposal skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Converse (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Bhayangkara Fakultas Ekonomi dan Bisnis)”** ini dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan proposal skripsi ini mungkin tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M., Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Murti Wijayanti, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu dan ilmunya untuk dapat membimbing penulis dalam menyusun proposal skripsi ini.
5. Bapak Dody Kurniawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang juga telah membimbing penulis dalam menyusun proposal skripsi ini.
6. Ibu Dr. Rycha Kuwara Sari, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan semangat, motivasi dan arahan selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
8. Kedua Orang Tua, Bapak Sumbono dan Ibu Wahyuni yang selalu

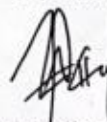
memberikan dukungan dan mendoakan serta senantiasa membantu baik dari segi material dan moral sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan baik dalam do'a dan juga motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Diri sendiri, sebagai *selfreward* karena sudah tetap memilih semangat dan bisa melalui cobaan serta rintangan hingga bisa dititik sekarang.
11. *Partner special* bagi penulis, Safira Tamiya Putri terimakasih selalu menemani hari-hari penulis baik suka maupun duka, yang selalu mendengarkan segala keluhan penulis dan selalu memberikan dukungan kepada penulis hingga saat ini, selalu menjadi orang yang paling terdepan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan menggapai mimpi dengan baik.
12. Sahabat – sahabat penulis yang juga selalu memberikan doa, hiburan dan dukungan kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini. Terimakasih kepada Rizky Maulana, Harits Fadilah, Muhammad Firdaus, Anggoro Dwi Cahyono, Muhammad Fahrany, Ricky Adam Sudarsono yang selalu memberikan dukungan untuk membantu.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dari segi materi maupun dari segi teknis penyajiannya. Hal tersebut tidak luput karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam penulisan proposal skripsi ini.

Jakarta, 5 April 2024

Penulis



Ivan Ardiansyah

202010325196

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Batasan Masalah	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Pemasaran	12
2.2 Keputusan Pembelian.....	12
2.2.1 Faktor Keputusan Pembelian	13
2.2.2 Indikator Keputusan Pembelian	14
2.3 Citra Merek	15
2.3.1 Faktor Citra Merek.....	16
2.3.2 Indikator Citra Merek	17
2.4 Harga	17
2.4.1 Faktor yang mempengaruhi Harga	18
2.4.2 Indikator yang mempengaruhi harga	19
2.5 <i>Online Customer Review</i>	20
2.5.1 Faktor yang mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	21

2.5.2 Indikator <i>Online Customer review</i>	21
2.6 Penelitian Terdahulu	22
2.7 Kerangka Konseptual.....	25
2.8 Hipotesis Penelitian	26
2.8.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	26
2.8.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian	27
2.8.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian....	27
2.8.4 Pengaruh Citra Merek, Harga, <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel.....	31
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4 Jenis dan Sumber Data	34
3.4.1 Data Primer.....	34
3.4.2 Data Sekunder.....	34
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya.....	35
3.6 Metode Analisis Data	36
3.6.1 Uji Validitas	36
3.6.2 Uji Reliabilitas	37
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	37
3.7.1 Uji Normalitas.....	37
3.7.2 Uji Multikolinieritas	38
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	38
3.8 Uji Regresi Linear Berganda	39
3.9 Uji Hipotesis.....	39
3.9.1 Uji Parsial (Uji t).....	39
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	40
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	41
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	42

4.1 Gambaran Perusahaan.....	42
4.1.1 Sejarah Singkat Converse	42
4.1.2 Logo Converse	43
4.1.3 Visi dan Misi Brand Converse.....	43
4.2 Hasil Analisa	44
4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuesioner.....	44
4.2.2 Identitas Responden	45
4.3 Pembahasan.....	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reliabilitas	49
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	50
4.4.1 Uji Normalitas.....	50
4.4.2 Uji Multikolinearitas	51
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	52
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
4.6 Uji Hipotesis.....	55
4.6.1 Uji t (Parsial).....	55
4.6.2 Uji F (Simultan)	57
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	59
BAB V PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Merek Sepatu Teratas di Dunia Tahun 2024.....	2
Tabel 1.2 Harga Sepatu Converse Tahun 2024.....	4
Tabel 1.3 Pra survey keputusan pembelian produk sepatu Converse	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Skala Likert.....	33
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner	44
Tabel 4.2 Responden berdasarkan jenis kelamin	45
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.4 Uji Validitas Citra Merek (X1).....	47
Tabel 4.5 Uji Validitas Harga (X2)	47
Tabel 4.6 Uji Validitas Online Customer Review (X3).....	48
Tabel 4.7 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.12 Uji t	56
Tabel 4.13 Uji F (Simultan)	58
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan Positive Konsumen.....	5
Gambar 1.2 Ulasan Negatif Konsumen	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4.1 Produk Converse	42
Gambar 4.2 Logo Converse	43
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Uji Plagiarisme	69
Lampiran 2 Uji Referensi.....	72
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian	78
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian	81
Lampiran 5 Tabulasi Data Responden	87
Lampiran 6 Output Hasil Uji Data.....	98
Lampiran 7 Buku Bimbingan.....	122
Lampiran 8 Biodata	126

