

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA  
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE  
DI DESA KERTOSARI, KEC. SINGOROJO, KAB. KENDAL 2020

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan studi akhir dan untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Stikubank  
Semarang



Oleh:

Nama : Ahmat Qhoirul  
NIM : 17.05.51.0077  
Program Studi : S.1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS STIKUBANK (UNISBANK)  
SEMARANG  
2021

## HALAMAN PERSETUJUAN



Skripsi ini telah memenuhi syarat dan kepada penyusun disetujui untuk mengikuti ujian pendadaran skripsi dengan judul:

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI DESA KERTOSARI, KEC. SINGOROJO, KAB. KENDAL TAHUN 2020

Oleh:

Ahmat Qhoirul

Nim: 17.05.51.0077

Progam Studi S.1 Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank

Semarang

Semarang 15 Februari 2021

Dosen Pembimbing

Dr. Drs. MOHAMMAD FAUZAN, SH, MS

NIDN: 0007016001

## HALAMAN PENGESAHAN



PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI DESA KERTOSARI,  
KEC. SINGOROJO, KAB. KENDAL TAHUN 2020

Oleh:  
Ahmat Qhoirul  
Nim: 17.05.51.0077

Hasil penelitian dalam skripsi ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Pendadaran Skripsi dan  
skripsi telah disahkan dan diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang pada tanggal: 25 Februari 2021

### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing  
(Merangkap Penguji I)

(Dr. Drs. Mohammad Fauzan, SH, MS)  
NIDN: 0007016001

Penguji II

Tara Daniel Bagana, S.E., M.M)  
NIDN: 0608097203

Penguji III

(Dr. Sri Isnawati, SE., M.Si)  
NIDN:06116096601

Mentorship,  
Dewan Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
(Dr. Sri Isnawati, S.E., M.Si)  
NIDN: 0027037101

## PERYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Ahmat Qhoirul

NIM : 17.05.51.0077

Progam Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa SKRIPSI yang saya susun dengan judul : PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI DESA KERTOSARI, KEC. SINGOROJO, KAB. KENDAL TAHUN 2020 tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya aku seolah-olah sebagian tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri itu. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan hasil ujian skripsi ini.

Semarang, 15 Februari 2021

Yang menyatakan



(Ahmat Qhoirul)

## **MOTTO**

### **MAN JADDA WAJADA**

Siapa bersungguh-sungguh pasti berhasil

### **MAN SABHARA ZHAFIRA**

Siapa yang bersabar pasti beruntung

### **MAN SARA ALA DARBI WASHALA**

Siapa menapaki jalan lurusnya maka akan sampai ke tujuannya

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Karya ini kupersembahkan kepada ayah dan ibu tercinta yang senantiasa memberikan dorongan dan kasih sayang, juga kepada teman dan sahabatku yang selalu mendukungku serta Almamaterku Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang. Tanpa mereka, aku tak sanggup menyelesaikan studi ini. Terimakasih untuk semuanya.

(Ahmat Qhoirul)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumennya. Populasi penelitian ini yaitu seluruh pengguna e-commerce Shopee di Desa Kertosari, Kec. Singorojo, Kab. Kendal di tahun 2020. Jumlah kuesioner yang masuk yaitu ada 106 kuesioner yang sudah di isi oleh responden, kuesioner 106 tersebut yang dapat digunakan untuk melakukan olah data yaitu hanya 100 kuesioner, karena sisanya yang 6 menyatakan belum pernah menggunakan e-commerce Shopee. Dalam penyebaran kuesioner peneliti memiliki beberapa kriteria yaitu diantaranya, yang pertama harus warga Desa Kertosari, yang kedua harus sudah pernah menggunakan Aplikasi e-commerce shopee. Itulah kenapa alasannya data yang dapat di tabulasi hanya 100 kuesioner, karena yang 6 kuesioner responden menyatakan belum pernah menggunakan e-commerce Shopee. Setelah mengolah data menggunakan SPSS Versi 22 dan juga menggunakan beberapa uji, dapat dinyatakan semua variabel yaitu keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan bahwa melibatkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ini berarti bahwa hasil dari penelitian ini akan menjadi sebuah peningkatan bagi Aplikasi e-commerce shopee agar terus menjadi aplikasi e-commerce yang terbaik bagi konsumen.

Kata kunci: Keragaman produk, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan pembelian.

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of variable product diversity, product quality, and brand image on purchasing decisions. This research is categorized as a survey research using a questionnaire as the instrument. The population of this research is all Shopee e-commerce users in Kertosari Village, Kec. Singorojo, Kab. Kendal in 2020. The number of questionnaires entered is 106 questionnaires that have been filled in by respondents, the 106 questionnaires that can be used to process data are only 100 questionnaires, because the remaining 6 stated that they have never used Shopee e-commerce. In distributing questionnaires, the researcher has several criteria, namely among them, the first must be a resident of Kertosari Village, the second must have used the Shopee e-commerce application. That is why the data that can be tabulated is only 100 questionnaires, because the 6 questionnaires of respondents stated that they have never used Shopee e-commerce. After processing data using SPSS Version 22 and also using several tests, it can be stated that all variables, namely product diversity, product quality, and brand image shows a positive and significant influence. Therefore, this study recommends that it involves the influence of the independent variable on the dependent variable. This means that the results of this research will be an improvement for Shopee e-commerce applications to continue to be the best e-commerce applications for consumers.*

*Keywords: Product diversity, Product Quality, Brand Image and Purchase Decision.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul: “PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE DI DESA KERTOSARI, KEC. SINGOROJO, KAB. KENDAL TAHUN 2020”, skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang.

Penelitian ini dilakukan di Desa Kertosari, Kec. Singorojo, Kab. Kendal Tahun 2020 dengan sample yang memadai. Hasil penelitian memberikan bukti bahwa keragaman produk, kualitas produk, dan citra merek mempengaruhi keputusan pembelian. Namun penelitian ini juga memiliki keterbatasan dari aspek metodologis, oleh karena itu pembaca yang budiman yang berminat pada kajian penelitian ini perlu mempertimbangkan informasi ini sekiranya hasil ini dipergunakan sebagai referensi selanjutnya.

Dalam proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Euis Soliha, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang.
2. Ibu Sri Sudarsi, S.E, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Stikubank (Unisbank) Semarang.
3. Bapak Dr. Drs. Mohammad Fauzan, SH, MS selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, pikiran, serta tenaga dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian laporan magang ini.
4. Bapak Tugiyanto dan Ibu Sri riwayatni selaku orang tua yang memberikan restu, nasehat dan doa tanpa henti kepada saya.
5. Terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu atas kerjasamanya dan bantuannya.

Semarang, 15 Februari 2021



Ahmat Qhoirul

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	8
2.1.1 Produk.....	8
2.1.2 Keragaman Produk .....	10
2.1.3 Kualitas Produk .....	11
2.1.4 Citra Merek.....	16
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	28
2.3.1 Pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian .....	28
2.3.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian .....	29
2.3.3 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian .....	30
2.4 Model Penelitian.....	31
<b>BAB III METODE DAN DESAIN PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Objek penelitian .....	32

3.2 Responden penelitian 1 .....	32
3.3 Jenis sumber data .....	32
3.4 Metode pengumpulan data .....	33
3.5 Definisi operasional dan pengukuran variabel .....	34
3.6 Pengujian instrumen penelitian .....	36
3.7 Uji normalitas .....	37
3.8 Uji model .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Deskripsi sampel .....	40
4.2 Pengujian Instrumen .....	44
4.3 Pengujian asumsi klasik .....	50
4.4 Uji Hipotesis .....	51
4.5 Pembahasan .....	52
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>57</b>
5.1 Kesimpulan Penelitian .....	57
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	58
5.3 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>63</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 penelitian terdahulu .....	26
Tabel 3.1 skor jawaban responden .....	34
Tabel 4.1 keterangan jumlah data responden .....	40
Tabel 4.2 distribusi frekuensi berdasarkan jenis kelamin .....	41
Tabel 4.3 distribusi frekuensi berdasarkan usia .....	42
Tabel 4.4 distribusi frekuensi berdasarkan status .....	43
Tabel 4.5 distribusi frekuensi berdasarkan status/bulan .....	44
Tabel 4.6 hasil uji <i>Kmo and Bertlett's test</i> .....	45
Tabel 4.7 pengujian validitas keragaman produk .....	46
Tabel 4.8 pengujian validitas kualitas produk .....	47
Tabel 4.9 pengujian validitas citra merek .....	48
Tabel 4.10 pengujian validitas keputusan pembelian .....	48
Tabel 4.11 hasil uji reliabilitas .....	49
Tabel 4.12 uji normalitas .....	51
Tabel 4.13 koefisien determinasi .....	52
Tabel 4.14 uji signifikan f .....	53
Tabel 4.15 uji signifikan t .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 diagram responden berdasarkan jenis kelamin ..	41
Gambar 4.2 diagram profil responden berdasarkan usia ..	42
Gambar 4.3 diagram responden berdasarkan status ..	43

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 kuesioner penelitian .....	.. 65
Lampiran 2 tabulasi data kuesioner .....	.. 70
Lampiran 3 hasil uji-uji SPSS 22 .....	.. 75
Lampiran 4 hasil turnitin .....	.. 79
Lampiran 5 lembar catatan persetujuan bimbingan .....	.. 84