

**PENGARUH IKLAN , CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Pengguna Tokopedia yang Pernah Melakukan Pembelian Saat
Pandemi Covid-19)**

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 : Muhammad Fadhil Bayu Firdaus
Nim : 17.05.51.0214
Program Studi : S.1 Manajemen

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

UNIVERSITAS STIKUBANK

SEMARANG

2021

PERNYATAAN KESIAPAN UJIAN AKHIR

Saya MUHAMMAD FADHIL BAYU FIRDAUS, dengan ini menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir yang berjudul :

PENGARUH IKLAN, CITRA MERK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE TOKOPEDIA SAAT PANDEMI COVID 19 (PENELITIAN TERHADAP PENGGUNA TOKOPEDIA YANG PERNAH MELAKUKAN PEMBELIAN SAAT PANDEMI COVID-19)

adalah benar hasil karya saya dan belum pernah diajukan sebagai karya ilmiah sebagian atau seluruhnya atau pihak lain.



MUHAMMAD FADHIL BAYU FIRDAUS
17.05.51.0214

Disetujui Oleh Pembimbing
Kami setuju laporan tersebut diajukan untuk Ujian Tugas Akhir
Semarang, 15 Juli 2021

Dr. ALIMUDDIN RIZAL, S.E., M.M.
Pembimbing



Dokumen ini diterbitkan secara elektronik.
Disertai QRCode untuk validasi.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR/ SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa TUGAS AKHIR / SKRIPSI dengan Judul :

PENGARUH IKLAN, CITRA MERK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE TOKOPEDIA SAAT PANDEMI COVID 19 (PENELITIAN TERHADAP PENGGUNA TOKOPEDIA YANG PERNAH MELAKUKAN PEMBELIAN SAAT PANDEMI COVID-19)

yang telah diuji di depan tim penguji pada tanggal 02-08-2021, adalah benar hasil karya saya dan dalam TUGAS AKHIR /SKRIPSI ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya aku seolah-olah sebagai 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 TUGAS AKHIR / SKRIPSI yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri.

Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang batal saya terima.

Semarang, 02-08-2021

Yang Menyatakan



(M. M. FADHIL BAYU FIRDAUS)

NIM. 17.05.51.0214

SAKSI 1
Tim Penguji



(Dr. ALIMUDDIN RIZAL, M.M.)

SAKSI 2
Tim Penguji



(Dr. Dra. R. A. MARLIEN, M.M.)

SAKSI 3
Tim Penguji



(Dr. ENDANG TJAHJANINGSIH, S.E, M.Kom)



HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan Judul

PENGARUH IKLAN, CITRA MERK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MARKETPLACE TOKOPEDIA SAAT PANDEMI COVID 19 (PENELITIAN TERHADAP PENGGUNA TOKOPEDIA YANG PERNAH MELAKUKAN PEMBELIAN SAAT PANDEMI COVID-19)

Ditulis oleh

NIM : **17.05.51.0214**

Nama : **MUHAMMAD FADHIL BAYU FIRDAUS**

Telah dipertahankan di depan Tim Dosen Penguji Tugas Akhir dan diterima sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan Jenjang Program S1 Program Studi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang.

Semarang, 13-08-2021

Ketua



(Dr. ALIMUDDIN RIZAL, M.M.)

NIDN. 0610106301

Sekretaris



(Dr. Dra. R.A. MARLIEN, M.M)

NIDN. 0622035701

Anggota



(Dr. ENDANG TJAHHANINGSIH, S.E, M.Kom)

NIDN. 0622056601

Mengetahui,

Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Dekan



(Dr. EUIS SOLIHA, S.E., M.Si)

NIDN. 0027037101



HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta kesehatan dan kekuatan bagi saya untuk melaksanakan dan menyelesaikan karya ilmiah ini. Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua yang terhormat dan tercinta Bapak Sunardi dan Ibu Rubiyati ,dan kedua adik saya Muhammad Aulia Rahman dan Aisyah Ayu Maulida yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang dan doa yang tulus demi kesuksesan penulis serta memberikan dukungan moril, materil kepada penulis
2. Seluruh keluarga yang senantiasa telah memberikan dukungan moril dan doa yang selalu dipanjatkan untuk kesuksesan penulis yang begitu besar dan tidak terhingga.
3. Dosen pembimbing saya Bapak Dr. Alimuddin Rizal R, M.M. yang telah memberikan bimbingannya untuk saya dalam penyusunan karya ilmiah ini.
4. Teman-teman saya anak grup Wirkel ,SGB Team dan penghuni Kontrakan Bu Dewi yang membantu dalam riset dan moril dalam menyelesaikan karya ilmiah ini .

(Muhammad Fadhil Bayu F)

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.
Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan),
tetaplah bekerja keras (untuk urusan lain).
Dan hanya kepada Tuhan-mulah engkau berharap.”
(QS. Al – Insyirah, 6-8)

*“Pendidikan Memiliki Akar yang Pahit, tapi Buahnya Manis.
(Aristoteles)*

“Menghina Tuhan tidak perlu menginjak kitab sucinya ,
Tidak pula dengan umpatan terhadapnya ,
khawatir skripsi tidak selesai itu juga menghina Tuhan”
(Sujiwo Tejo)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Iklan , Citra merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Tokopedia saat Pandemi Covid-19 ”**.

Selama menyusun skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Sehingga dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dr. Safik Faozi, S.H., M.Hum. selaku Rektor Universitas Stikubank Semarang
2. Dr. Alimuddin Rizal, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing dalam penyusunan skripsi yang telah memberikan pengarahan serta bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
3. Dr. Euis Soliha, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
4. Sri Sudarsi, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen
5. Dr., Dra. RA Marlien, M.M. dan Dr. Endang Tjahjaningsih, S.E. , M.Kom selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan
6. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang
7. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terimakasih atas kerjasamanya
8. Teman-teman seperjuangan kontrakan Ibu Dewi : Alvin ,Candra , dan Riki yang selalu memberikan dukungan satu sama lain
9. Teman-teman Manajemen angkatan 2017 terimakasih atas pengalaman yang hebat selama kuliah

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis peroleh sampai saat ini. Oleh karena itu

penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna terciptanya kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 15 Juli 2021
Yang menyatakan,

(Muhammad Fadhil Bayu F)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	15
1.1 Latar Belakang	15
1.2 Rumusan Masalah	21
1.3 Batasan Masalah	21
1.4 Tujuan Penelitian	22
1.5 Manfaat Penelitian	22
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	22
1.5.2 Manfaat Praktis	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA , PENELITIAN EMPIRIS , DAN HIPOTESIS	24
2.1 Tinjauan Pustaka.....	24
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	24
2.1.2 Iklan	26
2.1.3 Citra merk	28
2.1.4 Persepsi Harga	30
2.2 Penelitian Terdahulu	32
2.3 Hubungan antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	36
2.3.1 Hubungan Iklan terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.2 Hubungan Citra merk terhadap Keputusan Pembelian	37
2.3.3 Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian	37
2.4 Model Penelitian	38
2.4.1 Model Grafis	38
2.4.2 Model Matematis	39

BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Objek Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan pengambilan sampel	40
3.3 Jenis dan Teknik Pengambilan Data	42
3.3.1 Jenis Data	42
3.3.2 Metode Pengumpulan Data	42
3.4 Definisi Konsep, dan Operasional Variabel.....	44
3.5. Analisis Deskriptif	45
3.6. Uji Instrumen	48
3.6.1 Uji Validitas	48
3.6.2 Uji Realibilitas	48
3.6.3 Analisis Regresi Berganda	49
3.7 Pengujian Model	50
3.8 Uji Hipotesis (Uji t)	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	52
4.1.1 Deskripsi Responden.....	52
4.2 Deskripsi Variabel	55
4.3 Pengujian Instrumen Penelitian	58
4.3.1 Uji Validitas	58
4.3.2 Uji Reliabilitas	60
4.4 Analisis Regresi Berganda, Uji F, dan Koefisien Determinasi.....	61
4.4.1 Analisis Regresi Berganda	63
4.4.2 Uji F.....	61
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi	62
4.5 Uji Hipotesis	65
4.6 Pembahasan.....	67
4.6.1 Pengaruh Iklan Terhadap keputusan pembelian	67
4.6.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	68
4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
BAB V Kesimpulan	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Implikasi Penelitian	74
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	76

5.4 Rekomendasi Penelitian yang akan Datang	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Definisi Konsep, Operasional Variabel, dan Pengukuran Variabel ..	44
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Kota Asal	52
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Bulan pembelian terakhir.....	54
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Iklan	55
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Citra Merek	56
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Persepsi Harga	57
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Indikator	59
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	62
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi	63
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Daftar Pengunjung Marketplace Online.....	18
Gambar 2. Gambar Pengunjung Marketplace	19
Gambar 3. Kerangka Penelitian	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Identitas Responden.....	88
Lampiran 3 Statistik Deskriptif.....	99
Lampiran 4 Uji Validitas.....	106
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	111
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	115