

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ONLINE DI SHOPEE OLEH MASYARAKAT
KOTA KUPANG**

AVITADITA HOAR BRIA

18410166

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Guna Memenuhi Sebagian Dari
Persyaratan – Persyaratan Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Manajemen**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA
KUPANG
2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK ONLINE DI SHOPEE OLEH MASYARAKAT KOTA KUPANG**

AVITADITA HOAR BRIA
18410166

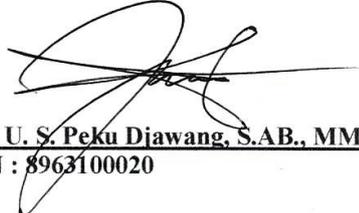


MENGETAHUI

PEMBIMBING I,


Zet Ena, SE., MM
NIDN : 163194016

PEMBIMBING II


Jofret U. S. Peku Djawang, S.AB., MM
NIDN : 8963100020

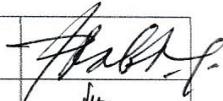
**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA
KUPANG
2024**

SKRIPSI
PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK ONLINE DI SHOPEE OLEH MASYARAKAT
KOTA KUPANG
AVITADITA HOAR BRIA
18410166



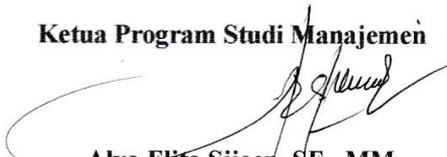
Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 14 Juni 2024

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji Utama	Drs. Robert A. Serang, M.Si	
Penguji Anggota	Eka Imelda Seseli, SE., MM	
Penguji Anggota/Pembimbing I	Zet Ena, SE., MM	
Penguji Anggota/Pembimbing II	Jofret U. S. Peku Djawang, S.AB., MM	

Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen



Ketua Program Studi Manajemen

Alva Elita Sjoen, SE., MM
NIDN : 0831018301



UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA KUPANG
FAKULTAS EKONOMI
Jln. Adisucipto Oesapa – Kupang

SURAT PERNYATAAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Avitadita Hoar Bria

NIM : 18410166

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul “Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Online di Shopee oleh Masyarakat Kota Kupang.” yang diusulkan dalam skema penelitian Skripsi untuk tahun akademik 2023/2024 bersifat original dan belum pernah diteliti oleh peneliti lain/peneliti sebelumnya.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

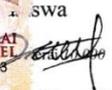
Kupang, 14 Mei 2024

Mengetahui

Dekan,

Hermyn B. Hina, SE.,M.Si
NIDN. 0825056801

Yang Menyatakan

swa

Avitadita Hoar Bria
NIM. 18410166





UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA KUPANG
FAKULTAS EKONOMI
Jln. Adisucipto Telp (0380) 881313 Oesapa Kupang

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Jumat Tanggal 14 Juni 2024 telah dilaksanakan Ujian Skripsi tingkat Sarjana (S1) atas nama:

Nama : Avitadita Hoar Bria
TTL : Alkani, 19 Agustus 1999
NIM : 18410166
Jurusan/Progdi : Manajemen
Judul : Pengaruh Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Dishopee Oleh Masyarakat Kota Kupang.
Pembimbing I : Zet Ena, SE., MM
Pembimbing II : Jofret U.S. Peku Djawang ,S.AB.MM
Dengan hasil sebagai berikut:

Nama Penguji	Status Penguji	Nilai Awal	Bobot	Nilai Akhir
Drs. Robert A. Serang, M.Si	Utama	75	X 40%	30
Eka Seseli, SE., MM	Anggota	75	X 20%	15
Zet Ena, SE., MM	Anggota	75	X 20%	15
Jofret U.S. Peku Djawang, S.AB., MM	Anggota	78	X 20%	15.6
Total Nilai yang diperoleh: 75.6				
Nilai Aksara: A- (MEMUASKAN)				

Kupang, 14 Juni 2024

Dekan Fakultas Ekonomi UKAW



Hermyn B. Hina, SE., M.Si

NIDN. 0825056801

MOTTO

“Orang-orang menabur dengan bercucuran air mata, akan menuai dengan
bersorak-sorai.”

(Mazmur 126:5)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur dan sukacita, segalah hormat saya persembahkan bagi kemuliaan Tuhan Yesus sang pemilik kehidupan, karena atas berkat penyertaannya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dan oleh karena itu, skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Yang tercinta, Almarhum ayah Andreas Bria yang sudah melahirkan dan membesarkan saya, dan selalu memberikan dukungan baik berupa doa maupun materi.
2. Yang tercinta, mama Agustina Hoar dan nenek elisabet luruk yang sudah melahirkan saya dan dengan kesabaran dan kasih sayang telah merawat dan membesarkan saya bersama ketiga saudara saya.
3. Yang tersayang, saudara-saudara saya adik aron bria, adik Yongki Bria dan adik pilus bria yang selalu memberikan dukungan dan motivasi ketika lelah.
4. Yang tersayang “Agustinus Nahak dan Gabriel Alexis Nahak”, yang senantiasa selalu menemamni dan mendukung saya, serta membantu saya dalam melancarkan urusan skripsi saya.
5. masyarakat Kota Kupang yang sudah memberikan kesempatan kepada saya untuk dapat menyelesaikan studi saya hingga selesai.
6. Dosen pembimbing I Zet Ena, SE.,MM dan dosen pembimbing II Jofret U. S. Peku Djawang, S.AB.,MM yang sudah membimbing dan memberikan arahan kepada saya dalam penyusunan proposal sampai skripsi.
7. Teman-teman seangkatan yang telah mendukung saya dengan selalu memberikan semangat dan motivasi kepada saya.
8. Almamater UKAW-Kupang yang tercinta.

KATA PENGANTAR

Segalah syukur dan pujian hanya bagi Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria, oleh karena anugerah-nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : “Pengaruh iklan dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk online di shopee oleh masyarakat kota kupang”.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari pihak moril maupun material. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Godlief Frederik Neonufa, MT., selaku Rektor Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
2. Kedua orang tua saya almarhum Ayah andreas bria, Dan Ibu agustina hoar yang selalu mendoakan saya agar dapat berhasil baik itu dalam pekerjaan maupun studi.
3. Masyarakat Kota Kupang yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk dapat menyelesaikan studi saya hingga selesai.
4. Ibu Hermyn B. Hina, SE.,Msi sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana.
5. Zet Ena, SE.,MM sebagai dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan membantu saya saat melakukan penyusunan proposal sampai dengan skripsi ini.

6. Jofret U. S. Peku Djawang, S.AB.,MM sebagai dosen pembimbing II sekaligus sebagai orang tua yang saya hormati. Terimah kasih karena telah memberikan bimbingan serta arahan yang sangat membantu saya dalam melakukan penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Untuk itu demi sempurnanya skripsi ini, penulis sangat membutuhkan dukungan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun.

Kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan masukan bagi pembaca.
Terima Kasih Tuhan Yesus Memberkati.

Kupang, 4 Mei 2024

Penulis:

AVITADITA HOAR BRIA

NIM:18410166

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	:
HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO	ii
PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Persoalan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Kegiatan	7
1.4.1 Tujuan Penelitian	7
1.4.2 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Pemasaran Marketing	8
2.1.1 Definisi Pemasaran (Marketing)	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran	9
2.1.3 E-Commerce	10
2.2 Keputusan Pembelian	11
2.2.1 Definisi Keputusan Pembelian	11
2.2.2 Langkah-langkah Keputusan Pembelian	12
2.2.3 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	14
2.2.4 Indikator Keputusan Pembelian	17
2.3 Iklan	18
2.3.1 Definisi Iklan	18
2.3.2 Manfaat Iklan	19

2.3.3 Jenis-jenis Iklan.....	19
2.3.4 Indikator Iklan.....	21
2.3.5 Mengembangkan Program Periklanan.....	21
2.4 Citra Merek.....	26
2.4.1 Definisi Citra Merek.....	26
2.4.2 Manfaat Merek.....	27
2.4.3 Cara Membangun Merek Yang Kuat.....	28
2.4.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	28
2.4.5 Indikator Iklan.....	29
2.5 Konsep-konsep Penelitian.....	29
2.5.1 Keputusan Pembelian.....	29
2.5.2 Iklan.....	30
2.5.3 Citra Merek.....	30
2.6 Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis.....	30
2.6.1 Kerangka Dasar Berpikir.....	30
2.6.2 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Populasi Dan Sampel.....	33
3.1.1 Populasi.....	33
3.1.2 Sampel.....	33
3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.3 Indikator Dan Skala Pengukuran.....	35
3.4 Teknik Analisis Data.....	36
3.4.1 Analisis Pendahuluan.....	36
3.4.2 Analisis Lanjutan.....	36
BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN ANALISIS.....	40
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.2 Karakteristik Responden.....	46
4.3 Analisis Pendahuluan.....	50
4.3.1 Iklan.....	50
4.3.2 Citra Merek.....	52

4.3.3 Keputusan Pembelian.....	53
4.4 Analisis Lanjutan.....	54
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4.4.2 Uji Hipotesis (Uji T).....	55
4.4.3 Uji Simultan (Uji F).....	56
4.4.4 Koefisien Determinasi R^2	56
4.4.5 Bahasan Hasil Analisis.....	57
4.4.6 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.4.7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	58
BAB V KESIMPULAN	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi.....	59
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	59
5.2.2 Implikasi Terapan.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	62
DAFTAR LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

1.1 Data nilai transaksi shopee tahun 2020 – 2023	5
3.1 Skor instrument	35
3.2 Indikator dan skala pengukuran	35
4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	46
4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia	46
4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	47
4.4 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan	48
4.4 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan	48
4.5 Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian	49
4.6 Jawaban responden mengenai variabel iklan (X1)	52
4.7 Jawaban responden mengenai variabel citra merek (X2)	51
4.8 Jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian (y)	54
4.9 Hasil koefisien regresi linier berganda	56

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
4.1 Logo Shopee.....	40
4.2 Tampilan Beranda Shopee.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian.....	66
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	70
Lampiran 3 Hasil SPSS.....	77