

**ANALISIS *PRICE*, *BRAND IMAGE* DAN *PRODUCT QUALITY*
TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK ERSPO PADA
APLIKASI SHOPEE**

MUHAMMAD ADITYA RAMADHANI

1705620063



Intelligentia - Dignitas

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***ANALYSIS OF PRICE, BRAND IMAGE AND PRODUCT
QUALITY ON PURCHASE DECISION OF ERSPO PRODUCTS
ON THE APLIKASI SHOPEE***

Muhammad Aditya Ramadhani

1705620063



Intelligentia - Dignitas

**This Thesis Proposal is compiled as one of the requirements to obtain a
Bachelor of Management degree at the Faculty of Economics and Business
Jakarta State University**

**STUDY PROGRAM OF S1 MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

2025

ABSTRAK

Muhammad Aditya Ramadhani, 2025: ANALISIS PRICE, BRAND IMAGE DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP PURCHASE DECISION PRODUK ERSPO PADA APLIKASI SHOPEE, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, Tim pembimbing: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M & Shandy Aditya, BIB,MPBS

Penelitian ini untuk menganalisis variabel *price*, *brand image*, *product quality* terhadap *purchase decision* produk Erspo pada Aplikasi Shopee. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei Populasi dalam penelitian ini adalah Penduduk DKI Jakarta yang menggunakan Aplikasi Shopee yang pernah melakukan pembelian produk Erspo. Analisis data pada penelitian kuantitatif ini dimulai dengan menyusun deskripsi data, proses penyajian data dari setiap variabel yang menjadi objek penelitian serta melakukan perhitungan dan kalkulasi yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan sekaligus menguji hipotesis yang telah dituliskan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data dengan SPSS untuk mengolah data primer yang dikumpulkan, penulis menggunakan teknik analisis data melalui uji statistik. Hasil penelitian didapatkan bahwa secara simultan, variabel independen (*Price*, *Brand image*, *Product quality*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (*Purchase decision*). Dengan demikian, nilai signifikansi ≤ 0.05 mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan valid dan dapat menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor *Price*, *Brand image*, *Product quality* secara bersama-sama memberikan kontribusi yang berarti dalam mempengaruhi *Purchase decision* H4 diterima.

Katakunci: *Price*; *Brand Image*; *Product Quality*; *Purchase Decision*; Erspo

Intelligentia - Dignitas

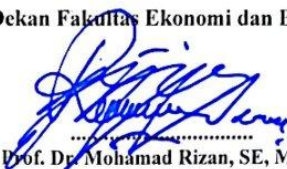
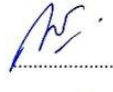
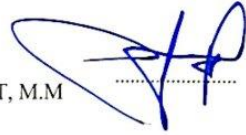
ABSTRAK

Muhammad Aditya Ramadhani, 2025: ANALYSIS OF PRICE, BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE DECISION OF ERSPO PRODUCTS ON THE APLIKASI SHOPEE, Bachelor's Degree Program in Management, Faculty of Economics and Business, State University of Jakarta, Supervisors: Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M & Shandy Aditya, BIB,MPBS

This research is to analyze the variables price, brand image, product quality towards purchase decision of Erspo products on Shopee Application. The study uses a quantitative research design with a survey approach. The population in this study is DKI Jakarta Residents using the Shopee Application who have ever made a purchase of Erspo products. Data analysis on this quantitative research started with composing the description of the data, the process of presenting the data of each variable that is the object of the study as well as performing the calculations and calculations used to answer the formulation of the problem and also testing the hypotheses that have been written. In this study, the researchers used data analysis techniques with SPSS to process the collected primary data, the authors used data analysis techniques through statistical tests. The results of the study found that simultaneously, the independent variables (Price, Brand image, Product quality) have a significant influence on the dependent variable (Purchase decision). Thus, a significance value of ≤ 0.05 indicated that the regression model used was valid and could explain the influence of the independent variables on the dependent variables significantly. This shows that the factors Price, Brand image, Product quality jointly make a meaningful contribution in influencing Purchase decision H4 is accepted.

Keyword: Prices; Brand Image; Product Quality; Purchase Decision; Erspo

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, SE, M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, MM., Ph.D. NIP. 197509162006041001 (Ketua Penguji)		30/7/2025
2	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M. Si NIP. 197206171999031001 (Penguji 1)		30/7/2025
3	Dr. Andrian Haro, S. Si., M.M. NIP. 198509242014041002 (Penguji 2)		01/08/2025
4	Agung Kresnamurti Rivai P., ST, M.M NIP. 197404162006041001 (Pembimbing 1)		30/7/2025
5	Shandy Aditya, BIB, MPBS NIP. 198404082019031003 (Pembimbing 2)		01/08/2025
Nama : Muhammad Aditya Ramadhani No. Registrasi : 1705620063 Program Studi : S1 Manajemen Tanggal Lulus : 28 Juli 2025			

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun 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 diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2025



Muhammad Aditya Ramadhani

No. Reg. 1705620063

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Aditya Ramadhani
NIM : 1705620063
Fakultas/Prodi : S1 Manajemen
Alamat email : muhammadaditya031201@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

"ANALISIS PRICE, BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY TERHADAP PURCHASE
DECISION PRODUK ERSPO PADA APLIKASI SHOPEE"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 28 Juli 2025

Penulis

(Muhammad Aditya Ramadhani)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya dalam memberikan kelancaran dan kemudahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Adapun judul dalam penelitian ini yaitu “ANALISIS *PRICE, BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY* TERHADAP *PURCHASE DECISION* PRODUK ERSPO PADA APLIKASI SHOPEE”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam perolehan gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penulisan, berbagai pihak telah memberikan bantuan dan kontribusi yang sangat berarti. Baik dukungan moral maupun material telah membantu saya dalam mengatasi tantangan dan mempertahankan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing peneliti selama penyusunan skripsi yaitu:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
2. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen.
3. Agung Kresnamurti Rivai P, ST,M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 skripsi, yang telah memberikan saran, bimbingan, serta arahan yang sangat bermanfaat bagi saya.

4. Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi, yang telah memberikan saran, bimbingan, serta arahan yang sangat bermanfaat bagi saya.
5. Prof. Agung Dharmawan Buchdadi, M.M., Ph.D., Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M. Si dan Dr Andrian Haro, S.Si., M.M. selaku penguji yang telah memberikan masukan dan saran bagi peneliti yang sangat berarti untuk perbaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pengajaran dan arahan, serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan banyak bantuan dalam proses administrasi selama perkuliahan ini.
7. Ibunda tercinta Badriah S.Pd, Sosok yang selalu hidup dalam ingatan dan hati saya. Segala cinta, sayang, doa dan segala pengorbanannya akan selalu menjadi pijakan terkuat dalam hidup saya. Setiap langkah pencapaian ini adalah bentuk bakti dan harapan agar beliau bangga. Terima kasih telah menjadi cahaya yang selalu menyinari hidup saya dengan kehangatan.
8. Ayahanda tercinta Rofiuddin S.Sos, Sosok yang teguh dan tulus selalu memberikan semangat tanpa henti. Kerja keras, pengorbanan dan dukungannya motivasi terbesar yang membuat penulis mampu bertahan hingga titik ini. Terima kasih telah mampu mengantar saya hingga menjadi seorang sarjana.

9. Nenek dan Kakek tercinta yang dengan penuh kasih sayang merawat saya sejak kecil dan selalu mendoakan keberhasilan cucu-cucunya. Dukungan dan doa mereka adalah penyemangat dalam setiap langkah perjalanan hidup ini.
10. Adikku tersayang Putri Mutiara Ramadani dan Muhammad Azmi, Saya persembahkan karya ini sebagai bentuk rasa cinta dan tanggung jawab untuk menjadi contoh dan inspirasi sebagai kakak. Semoga keberhasilan ini menjadi motivasi untuk melangkah lebih jauh lagi.
11. Sahabat saya Dwi Yudha Ardianto, Terima kasih atas dukungan, semangat dan kebersamaan yang telah menjadi sumber kekuatan dan motivasi yang tak ternilai dalam perjalanan saya menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat saya Aldy Agam Prayoga, Terima kasih atas dukungan, semangat dan kebersamaan yang telah menjadi sumber kekuatan dan motivasi yang tak ternilai dalam perjalanan saya menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman *Nine Six* yaitu adeliaputri, febrina, rezavahlevi, mandala ibnu, telah memberikan dukungan dan semangat. Kehadiran kalian telah memberikan kegembiraan dan semangat yang tak ternilai dalam hidup saya.
14. Teman-teman Palopo yaitu rafli, altito, boy, altisya, anna, julia, kache, belen, barri, husein, olgar, dan fauzan telah memberikan kenangan indah, dukungan, dan kebersamaan selama masa terakhir perkuliahan.

Kehadiran kalian semua telah memberikan semangat dan kegembiraan yang tak ternilai dalam hidup peneliti.

15. Teman-teman S1 Manajemen Angkatan 2020 dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan Namanya satu persatu. Terimakasih telah membantu dan memberikan motivasi peneliti dalam penulisan skripsi ini. Semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT.

16. Muhammad Aditya Ramadhani (Penulis). Terima kasih atas keberanian untuk bermimpi, keteguhan untuk berjuang, dan ketangguhan untuk tidak menyerah bahkan ketika dunia terasa begitu berat. Untuk setiap air mata yang jatuh dalam kesendirian, untuk setiap langkah yang dihabiskan dalam keraguan, dan untuk setiap langkah kecil yang diambil meski hati terasa lelah, semua itu tidak pernah sia-sia. Skripsi ini adalah bukti bahwa penulis mampu melawan rasa takut, melewati segala batas untuk mencapai apa yang sebelumnya terlihat mustahil, dan tetap percaya pada impian. Walau terkadang harapan tidak sesuai dengan apa yang semesta berikan, tetaplah belajar menerima dan mensyukuri apapun yang saya dapatkan. Saya berdoa, semoga langkah dari kaki ini selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik ke depannya.

Intelligentia - Dignitas

Peneliti menyadari bahwa terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, namun semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang meneliti hal serupa. Penulisan ini menggunakan pedoman terbaru yang telah disebarkan oleh pihak Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 28 Juli 2025

Muhammad Aditya Ramadhani



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	17
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	20
2.1 Perilaku Konsumen.....	20
2.1.2 <i>Purchase Decision</i>	21
2.1.2.1 <i>Pengertian Purchase Decision</i>	21
2.1.2.2 <i>Dimensi Purchase Decision</i>	23
2.1.3 <i>Price</i>	24
2.1.3.1 <i>Pengertian Price</i>	24
2.1.3.2 <i>Dimensi Price</i>	25
2.1.4 <i>Brand Image</i>	26
2.1.4.1 <i>Pengertian Brand Image</i>	26
2.1.4.2 <i>Dimensi Brand Image</i>	27
2.1.4 <i>Product Quality</i>	28
2.1.5.1 <i>Pengertian Product Quality</i>	28
2.1.5.2 <i>Dimensi Product Quality</i>	29
2.2 Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Teori	32

2.3.1 Pengembangan Hipotesis.....	32
2.3.2 Kerangka Teori.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	38
3.2 Desain Penelitian	38
3.3 Populasi dan Sampel	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel.....	39
3.4 Pengembangan Instrumen.....	40
3.4.1 Variabel Independen.....	40
3.4.1.1 <i>Price</i>	41
3.4.1.2 <i>Brand Image</i>	41
3.4.1.3 <i>Product Quality</i>	42
3.4.2 Variabel Dependen.....	42
3.4.2.1 <i>Purchase Decision</i>	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5.1 Skala Pengukuran	45
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Uji Validitas.....	46
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	47
3.6.4 Uji Normalitas	47
3.6.5 Uji Multikolinearitas	48
3.6.6 Uji Heteroskedastisitas	48
3.7 Regresi Linear Berganda	49
3.8 Uji Hipotesis	50
3.8.1 Uji T.....	50
3.8.2 Uji F.....	50
3.8.3 Koefisien Determinasi	51
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	52
4.1 Objek Penelitian	52
4.1.1 Karakteristik Responden	53

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	58
4.1.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
4.1.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Erspo Pada Aplikasi Shopee	62
4.2 Analisis Deskriptif	63
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>Price</i>	63
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand image</i>	65
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel <i>Product quality</i>	66
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Purchase decision</i>	67
4.3 Hasil Penelitian	68
4.3.1 Uji Validitas.....	68
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	70
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	71
4.3.4 Uji Normalitas	71
4.3.5 Uji Multikolinearitas	72
4.3.6 Uji Heteroskedastisitas	73
4.3.7 Regresi Linear Berganda	74
4.3.8 Uji Hipotesis.....	77
4.3.9 Uji T.....	77
4.3.10 Uji F.....	78
4.3.11 Koefisien Determinasi	79
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	80
4.4.1 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> produk Erspo pada Aplikasi Shopee.....	80
4.4.2 Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> produk Erspo pada Aplikasi Shopee.....	81
4.4.3 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> produk Erspo pada Aplikasi Shopee.....	82

4.4.4 Pengaruh <i>Price, Brand Image, Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> produk Erspo pada Aplikasi Shopee.....	83
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Saran.....	87
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	104
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	127



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Jumlah Pengikut Erigo Official Shop Di Shopee.....	5
Gambar 1. 3 Jumlah Pengikut Erspo Official Store Di Shopee.....	7
Gambar 1. 4 Ulasan Harga Erspo Di Shopee dan Instagram	11
Gambar 1. 5 Ulasan Citra Merek Erspo Di Shopee dan Instagram	13
Gambar 1. 6 Ulasan Kualitas Produk Erspo Di Shopee.....	16
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	36



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rating Erspo Official Store Shopee 2024.....	8
Tabel 1. 2 Harga Erspo Official Store Shopee 2024	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Indikator Variabel	43
Tabel 3. 2 Skala Likert-Type	46
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Pengeluaran	58
Tabel 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
Tabel 4. 7 Karakteristik Berdasarkan Pengguna Erspo Pada Aplikasi Shopee	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	70
Tabel 4. 10 Uji Normalitas.....	72
Tabel 4. 11 Uji Multikolineritas.....	73
Tabel 4. 12 Heterokedastisitas	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji T (Parsial)	77
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Simultan)	78
Tabel 4. 16 Koefisien Determinasi	79
Tabel 5. 1 Persentase Variabel.....	Error! Bookmark not defined.

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	104
Lampiran 2 Uji Validitas.....	120
Lampiran 3 Realiabilitas	123
Lampiran 4 UJI NORMALITAS	125
Lampiran 5 UJI SIMULTAN.....	126
Lampiran 6 HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA & HASIL UJI PARSIAL.....	126
Lampiran 7 HASIL UJI DETERMINASI.....	126



Intelligentia - Dignitas