

**ANALISIS EKUITAS MEREK DAN E-SERVQUAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEE
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi
salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :
YUFANTIO
17.1041.1146

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2023**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yufantio
NIM : 1710411146
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: **ANALISIS EKUITAS MEREK DAN E-SERVQUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOOPÉE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN)**; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 25 Juli 2023

Yang menyatakan,



Yufantio

NIM 17.1041.1146

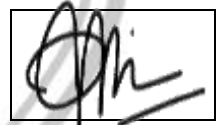
SKRIPSI

ANALISIS EKUITAS MEREK DAN E-SERVQUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOOPÉE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER FAKULTAS EKONOMI PRODI MANAJEMEN)

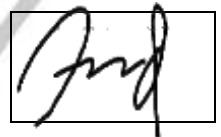
Oleh :
YUFANTIO
NIM.17.1041.1146

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Maheni Ika Sari, SE.,MM.



Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzuddin, SE.,MM.



PENGESAHAN

Tugas akhir berjudul ; Analisis Ekuitas Merek dan E-Servqual Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen), telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Juli 2023

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM.
NPK. 1972032710509477

Anggota 1,



Maheni Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005012001

Anggota 2,



Ahmad Izzuddin, SE., MM.
NPK 1990100711605780

Mengesahkan :

Ketua Program Studi,



Maheni Ika Sari, S.E., M.M
NIP. 197708112005012001



Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM.
NPK. 1972032710509477

MOTTO

Ketika kamu mampu, maka kamu akan diberi. Tetapi kamu belum mampu walaupun temanmu sudah kamu tidak akan diberi. Dan ketika kamu terlambat ketimbang temanmu bukan berarti kamu lebih buruk, tapi kebaikan itu sifatnya dia datang diwaktu yang tepat bukan diwaktu yang cepat.

(Habib Husein Ja'far)

Tidak ada mimpi yang gagal, yang ada hanyalah mimpi yang tertunda. Apabila anda merasa gagal dalam mencapai mimpi. Jangan khawatir mimpi-mimpi lain dapat diciptakan.

(Windah Basudara)

Ku persembahkan Skripsi ini Untuk Yang Selalu bertanya :

“Kapan skripsimu selesai?”

Terlambat lulus atau lulus tidak tepat waktu bukanlah sebuah kejahatan, bukan Pula sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika mengukur kecerdasan seseorang hanya Dari siapa yang paling cepat lulus. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi Yang selesai?

Karna mungkin ada suatu hal dibalik terlambatnya mereka lulus, dan percayalah, Alasan saya disini merupakan alasan yang sepenuhnya baik.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan tugas akhir sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir ini diantaranya :

1. Allah SWT dan junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya berupa kemudahan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan.
2. Teruntuk Panutanku, Bapak Kluyur Ahmadi. Beliau merupakan tulang punggung keluarga yang tidak kenal siang malam, hujan panas, bahkan sehat dan sakit. Beliau orang yang selalu percaya dan yakin atas kemampuan yang dimiliki oleh penulis, memberikan semangat dan motivasi yang tidak pernah habis hingga penulis untuk bisa menyelesaikan studinya sampai menjadi sarjana. Terima kasih atas kerja kerasnya selama ini.
3. Pintu surgaku, Ibu Yati Winarsih terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat, dan doa yang tak pernah putus selama ini. Perempuan hebat yang menjadi sandaran kekuatan bagi penulis untuk menghadapi kerasnya dunia. Terima kasih telah melahirkan, merawat dan membesarkan penulis dengan penuh cinta, selalu berjuang untuk kehidupan penulis. Terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati dalam menghadapi penulis yang keras kepala dan egois. Ibu menjadi penguat, pengingat, penggerak motivasi paling hebat bagi penulis. Terima kasih sudah telah membangun rumah yang paling nyaman bagi penulis.
4. Terima kasih kepada Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian tugas akhir kepada penulis.
5. Terima kasih kepada Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember telah memberikan ijin penelitian tugas akhir penelitian akhir kepada penulis.
6. Terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua dosen pembimbing saya yaitu Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M dan Bapak Ahmad Izzuddin, SE., MM yang telah membagikan ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada penulis. Terima kasih telah membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir dengan sebaik mungkin.
7. Terima kasih kepada Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM selaku dosen penguji atas saran, masukan dan kritik yang membangun kepada penulis agar tugas akhir penelitiannya menjadi lebih baik.
8. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, terima kasih telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
9. Seluruh staff dan karyawan Universitas Muhammadiyah Jember baik unit pelayanan, unit pengajaran dan unit-unit lainnya. Terima kasih telah membantu memberikan

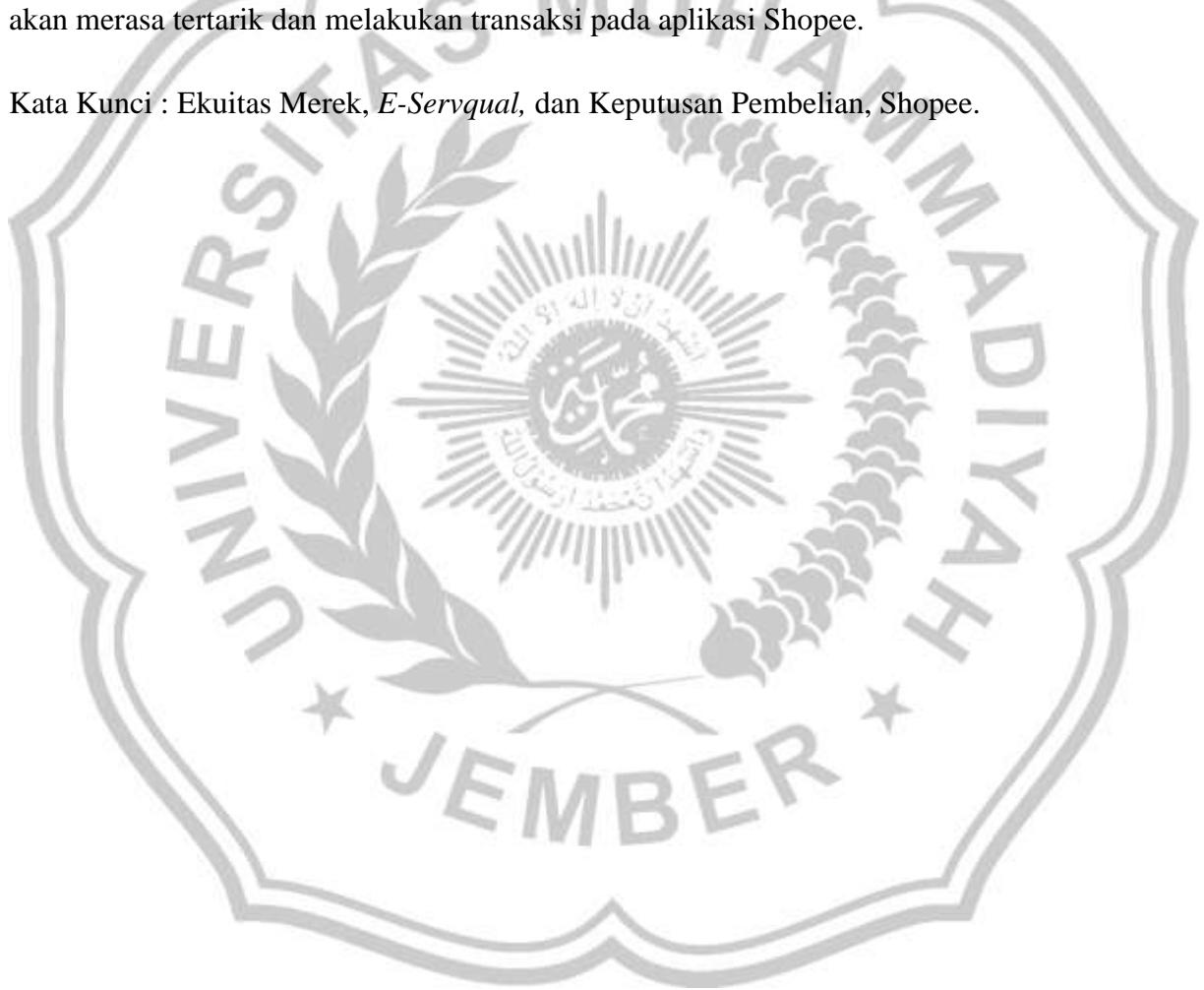
informasi dan memberikan pelayanan terbaik bagi penulis selama menempuh masa perkuliahan.

10. Kepada Istriku tersayang Yulinda Dwi Haryono terimakasih sudah membantu dan mensupport hingga akhirnya penulis sampai di titik ini. Terimakasih telah menemani penulis disaat penulis membutuhkan seseorang untuk menjadi pendengar semua keluhan kesahnya.
11. Teruntuk Mas ivan, kakak Ridha dan Adik Tia. Terima kasih atas semangat dan doa yang selalu diberikan untuk penulis. Terima kasih telah menghibur penulis di tengah kemelut berjuang menyelesaikan penelitian tugas akhir.
12. Keluarga besar penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah senantiasa memanjatkan doa dan selalu memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tepat pada waktunya.
13. Teruntuk teman-teman seperjuangan Manajemen 2017 terutama kelas Manajemen D, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, motivasi serta bantuan yang telah diberikan kepada penulis selama ini.
14. Teruntuk diriku sendiri, Yufantio terima kasih telah mau berjuang sampai saat ini. Terima kasih telah berproses, bertahan, berkemajuan dalam tugas akhir ini. Terima kasih telah menjadi pribadi yang sabar, yakin, percaya diri, melawan rasa malas, serta tanggung jawab menjalani hari demi hari. Beribu maaf atas kesalahan, kesusahan, keluhan, kesedihan yang selalu hadir selama ini. Tetap semangat untuk mengarungi dan mencapai semua cita-cita, jangan mudah menyerah dan terus berusaha menjadi versi terbaik dirimu setiap harinya. Kamu hebat, TIO.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, memahami, serta menganalisis terkait dengan ekuitas merek dan *e-servqual* terhadap keputusan pembelian pada shopee. Objek dan lokasi penelitian yang digunakan adalah mahasiswa universitas muhammadiyah jember yang menggunakan aplikasi shopee. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yang dilakukan dengan menggambarkan variabel secara apa adanya dengan didukung oleh data-data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya. Sementara untuk teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner, observasi, wawancara, serta dokumentasi. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa ekuitas merek dan *e-servqual* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Shopee. Oleh karena itu apabila ekuitas merek dan *e-servqual* yang dilakukan Shopee semakin baik maka akan semakin banyak pelanggan yang akan merasa tertarik dan melakukan transaksi pada aplikasi Shopee.

Kata Kunci : Ekuitas Merek, *E-Servqual*, dan Keputusan Pembelian, Shopee.



ABSTRACT

This study aims to identify, understand, and analyze related brand equity and e-servqual to purchasing decisions at shopee. The objects and research locations used were students at the University of Muhammadiyah Jember who used the Shopee application. This study uses a quantitative descriptive research method which is carried out by describing the variables as they are supported by data in the form of numbers resulting from actual conditions. While for data collection techniques using questionnaires, observation, interviews, and documentation. The analysis tool uses multiple linear regression. The results of this study prove that brand equity and e-servqual have a positive and significant effect on purchasing decisions at Shopee. Therefore, if Shopee's brand equity and e-servqual get better, more and more customers will feel interested and make transactions on the Shopee application.

Keywords: Brand Equity, E-Servqual, and Purchase Decision, Shopee.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, berkat rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis Ekuitas Merek dan E-Servqual Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee”.

Tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Proses pengerjaan sampai proses penyusunan tugas akhir telah melibatkan banyak pihak yang turut membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir.

Sehubungan dengan hal itu, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Dr. Trias Setyowati, SH, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Maheni Ika Sari, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Ahmad Izzuddin, SE., MM selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyusun tugas akhir.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
6. Semua pihak yang telah memberikan bantuan, semangat, dukungan, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir tepat pada waktunya.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa dalam penulisan dan penyusunan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak penulis. Oleh karena itu, penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan tugas akhir ini. Selain itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk bahan masukan dalam melakukan penelitian. Penulis berharap semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik.

Jember, 25 Juli 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Tinjauan Teori.....	5
2.1.1. Definisi Pemasaran	5
2.1.2. Bauran Pemasaran	5
2.1.3. Manajemen Pemasaran	5
2.1.4. Strategi Pemasaran.....	6
2.1.5. <i>E-Commerce</i>	6
2.1.6. Ekitas Merek.....	6
2.1.7. <i>Service Quality</i>	8
2.1.8. <i>E-Servqual (Electronic Service Quality)</i>	8
2.1.9. Perilaku Konsumen.....	9
2.1.10. Keputusan Pembelian	9
2.2. Penelitian Terdahulu	10
2.3. Kerangka Konseptual	13
2.4. Hipotesis	13
2.4.1. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	13
2.4.2. Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	13
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1. Desain Penelitian.....	14
3.2. Identifikasi Variabel Penelitian.....	14
3.2.1. Variabel <i>Independent</i>	14
3.2.2. Variabel <i>Dependent</i>	14
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	14
3.4. Jenis Data	17
3.4.1. Data Primer	17
3.4.2. Data Sekunder.....	17
3.5. Teknik Pengambilan Sampel	17
3.5.1. Populasi	17
3.5.2. Sampel	17
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	17

3.7. Teknik Analisis Data.....	18
3.7.1. Uji Instrumen Data	18
3.7.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	19
3.7.3. Uji Asumsi Klasik.....	19
3.7.4. Uji Hipotesis	20
3.7.5. Uji Koefisien Determinasi	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	22
4.1.1. Profil Perusahaan	22
4.2. Karakteristik Responden	23
4.3. Analisis Indeks Jawaban Responden.....	25
4.4. Hasil dan Pembahasan	32
4.5. Teknik Analisis Data.....	32
4.5.1. Pengujian Instrumen Data.....	32
4.6. Uji Regresi Linier Berganda	34
4.7. Uji Asumsi Klasik.....	35
4.7.1. Uji Multikolinieritas.....	36
4.7.2. Uji Heteroskedastisitas	36
4.7.3. Uji Normalitas	37
4.8. Uji Hipotesis	38
4.8.1. Uji t.....	38
4.9. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	38
4.10. Pengujian Hipotesis	39
4.10.1. Pengujian Hipotesis 1.....	39
4.10.2. Pengujian Hipotesis 2.....	39
4.11. Pembahasan	39
4.11.1. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian	39
4.11.2. Pengaruh E-Servequal Terhadap Keputusan Pembelian	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	41
5.1. Kesimpulan	41
5.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	44

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	10
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	23
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jumlah Transaksi	24
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Melalui Apa Mekakses Shopee	24
Tabel 4.4 Ekuitas Merek (X1)	25
Tabel 4.5 Ekuitas Merek (X1)	25
Tabel 4.6 Ekuitas Merek (X1)	26
Tabel 4.7 Ekuitas Merek (X1)	26
Tabel 4.8 <i>E-Servqual</i> (X2).....	27
Tabel 4.9 <i>E-Servqual</i> (X2).....	27
Tabel 4.10 <i>E-Servqual</i> (X2)	28
Tabel 4.11 <i>E-Servqual</i> (X2)	28
Tabel 4.12 <i>E-Servqual</i> (X2)	29
Tabel 4.13 <i>E-Servqual</i> (X2)	29
Tabel 4.14 <i>E-Servqual</i> (X2)	30
Tabel 4.15 Keputusan Pembelian (Y).....	30
Tabel 4.16 Keputusan Pembelian (Y).....	31
Tabel 4.17 Keputusan Pembelian (Y).....	31
Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas Ekuitas Merek (X1).....	32
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas <i>E-Servqual</i> (X2)	33
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	33
Tabel 4.21 Hasil Uji Reabilitas Ekuitas Merek (X1).....	34
Tabel 4.22 Hasil Uji Reabilitas <i>E-Servqual</i> (X2).....	34
Tabel 4.23 Hasil Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y).....	34
Tabel 4.24 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
Tabel 4.25 Hasil Uji Multikolinieritas	36
Tabel 4.26 Hasil Uji t	38
Tabel 4.27 Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	38

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Jumlah Pengunjung Situs <i>E-Commerce</i> di Indonesia tahun 2022	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	13
Gambar 4.1 Ikon Profil Shopee	22
Gambar 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	23
Gambar 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi.....	24
Gambar 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Melalui Apa Mengakses Shopee.....	24
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas	37



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	45
Lampiran 2 Data Responden	47
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	54

