



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI *FLASH SALE*, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASMINE JILBAB DI SHOPEE PADA MASYARAKAT KELURAHAN MENGANTI KECAMATAN MENGANTI KABUPATEN GRESIK

**REZA AYU WULANDARI
191500052**

**Dosen Pembimbing :
Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd, MSM**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023**

*PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI FLASH SALE, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
JASMINE JILBAB DI SHOPEE PADA MASYARAKAT
KELURAHAN MENGANTI KECAMATAN MENGANTI
KABUPATEN GRESIK*

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

REZA AYU WULANDARI

191500052

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Promosi Flash Sale dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasmine Jilbab Di Shoope Pada Masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Reza Ayu Wulandari
- b. Nim : 191500052
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk di uji:

Tanggal : 15 Maret 2023

Dosen Pembimbing



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., MSM
NPP.0709494/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Promosi Flash Sale dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasmine Jilbab Di Shoope Pada Masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Reza Ayu Wulandari
- b. Nim : 191500052
- c. Program studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
- e. Alamat email : rezaayuwulandari1955@gmail.com

Surabaya, 10 April 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi



I Made Bagus Dwirata, S.E., M.M
NPP.1109598/DY

Dosen Pembimbing



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., MSM
NPP.0709494/DY

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM
NPP.0709494/DY

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi Ini Telah Diterima Dan Disetujui Oleh Dosen Penguji Ujian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Pada Hari : Rabu
Tanggal : 03 Mei
Tahun : 2023

Dosen Penguji I



Dr.Noerchoidah,S.E.,M.M
NPP 2004913/DY

Dosen Penguji II



Tri Anprabowo,S.E.,M.Si
NPP.1809867/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Reza Ayu Wulandari

Nim : 191500052

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul " Pengaruh Citra Merek, Promosi *Flash Sale* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasmine Jilbab Di Shoope Pada Masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik" yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik (ditulis tahun) bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 10 April 2023
Mahasiswa,



Reza Ayu Wulandari
191500052

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi *Flash Sale*, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Jasmine Jilbab di Shopee pada masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Kabupaten Gresik”.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Namun penulis tetap berharap semoga skripsi ini bisa berguna untuk penulis selanjutnya.

Mulai dari penyusunan skripsi ini adalah berkat adanya bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Maka dikesempatan ini dengan penuh hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Hartono, M.Si. sebagai Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., MPD, MSM sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. Bapak I Made Bagus Dwiarta S.E., M.M sebagai ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bapak Tony Susilo Wibowo, S.E., MPD, MSM sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Bapak/Ibu dosen pengajar Program Studi S1 Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan.

6. Kepada keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa terhadap penulis sampai penulis bisa menyelesaikan penelitian ini.
7. Kepada bapak Drs. Handoko, S.Pd. selaku Kepala Desa Menganti Gresik yang telah memberikan kesempatan di tempat izin penelitian.
8. Himpunan Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang sudah memberikan pengalaman dan pengetahuan selama kuliah.
9. Seluruh teman-teman manajemen F 2019 yang telah menemani selama di perkuliahan.
10. Mas Mochamad Firmansyah yang sudah memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
11. Hanny Cherylla Jean Ananta, S.M, Prasilia Fatma Larasati, S.T dan teman - teman dari Cabe Sholehah yang sudah mensupport dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
12. Dan terima kasih semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dalam isi maupun penyusunan mohon kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini dari semua pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca.

Gresik, 15 Desember 2022

Penulis

HALAMAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Keberhasilan bukan milik orang yang pintar, tapi keberhasilan punya mereka yang senantiasa bersungguh – sungguh”

B.J Habibie

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah dan Ibu tercinta yang telah rela berkorban memberikan dukungan materil dan do'a yang tulus untuk setiap langkahku dalam menempuh pendidikan.

Saya persembahkan juga kepada diri sendiri karena telah berjuang dan bekerja keras pantang menyerah dalam setiap langkah dengan penuh kesabaran dan senyuman di setiap hari, Terima kasih untuk diri ini, kamu hebat, kamu kuat.

ABSTRAK

Perilaku masyarakat di era modern ini identik dengan pola hidup konsumtif dengan membeli suatu barang tanpa berfikir dengan matang. Salah satu produk yang diminati banyak orang ialah hijab, dimana hijab menjadi salah satu kebutuhan bagi banyak orang, khususnya perempuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Citra Merek, Promosi *Flash Sale*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Jasmine Jilbab di Shoope pada Masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 136 orang responden yang melakukan pembelian Masyarakat RW 011 yang masih belum diketahui. *Accidental Sampling* dijadikan sebagai teknik pengambilan sampel. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data primer dengan pengambilan data menggunakan kuesioner yang telah disebar. Data yang telah diperoleh diolah menggunakan perhitungan dan pengujian dengan SPSS versi 22 menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh hasil penelitian ini yaitu citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, promosi flash sale berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ditemukan juga hasil Citra Merek, Promosi *Flash Sale* dan Kualitas Produk memiliki pengaruh secara simultan pada keputusan pembelian Jasmine Jilbab di Shoope pada Masyarakat Kelurahan Menganti Kecamatan Menganti Kabupaten Gresik.

Kata kunci : Citra Merek, Promosi *Flash Sale*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The behavior of people in this modern era is synonymous with a consumptive lifestyle by buying goods without thinking carefully. There are many places that provide online sales services by utilizing e-commerce, one of which is Shopee which is an online sales place that provides various services that benefit consumers in making transactions. One of the products that many people are interested in is hijab, where hijab is a necessity for many people, especially women. This study aims to determine Brand Image, Flash Sale Promotion, and Product Quality on the Purchase Decision of Jasmine Hijab at Shoope in the Kelurahan Menganti Community, Kecamatan Menganti, Gresik Regency. The sample used in this study were 136 respondents who purchased the RW 011 Community which is still unknown. Accidental Sampling is used as a sampling technique. The type of data used in this study is primary data by collecting data using questionnaires that have been distributed. The data that has been obtained is processed using calculations and testing with SPSS version 22 using multiple linear regression analysis. The results of this study are that brand image has a significant effect on purchasing decisions, flash sale promotions have a significant effect on purchasing decisions, product quality has a significant effect on purchasing decisions. It was also found that the results of brand image, flash sale promotion and product quality had a simultaneous influence on the purchasing decision of Jasmine Hijab at Shoope in the Menganti Village Community, Menganti District, Gresik Regency.

Keywords: brand image, flash sale promotion, product quality, purchasing decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	20
2.3 Pemasaran.....	20
2.3.1 Manajemen Pemasaran	20

2.3.2	Perilaku Konsumen.....	21
2.3.3	Citra Merek.....	22
2.3.4	Promosi <i>Flash Sale</i>	25
2.3.5	Kualitas Produk.....	28
2.3.6	Keputusan Pembelian.....	33
2.4	Kerangka Konseptual.....	37
2.5	Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN.....		43
3.1	Rancangan Penelitian.....	43
3.2	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	45
3.2.1	Populasi.....	45
3.2.2	Sampel.....	45
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	46
3.3.1	Jenis Data.....	46
3.3.2	Sumber Data.....	47
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.4.1	Alat pengumpulan data.....	48
3.4.2	Prosedur Penelitian.....	49
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel....	49
3.5.1	Variabel Bebas (Variabel Independen).....	50
3.5.2	Variabel Terikat (Variabel Dependen).....	50
3.5.3	Definisi Operational Variabel.....	50
3.6	Teknik Analisis Data.....	52

3.6.1	Pengajuan Instrumen Penelitian.....	52
3.6.2	Pengujian Asumsi Klasik.....	54
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda	56
3.6.4	Pengujian Hipotesis.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Hasil Penelitian	59
4.1.1	Gambaran Perusahaan.....	59
4.1.2	Gambaran Umum Kecamatan Menganti	61
4.1.3	Luas Kecamatan Menganti	61
4.1.4	Luas Wilayah Kecamatan Menganti	64
4.1.5	Batas Wilayah Kecamatan Menganti	64
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian	64
4.2.1	Karakteristik Responden	65
4.2.2	Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	67
4.3	Analisis Data Penelitian.....	73
4.3.1	Analisis Data	73
4.3.2	Pengujian Instrumen Penelitian	78
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	82
4.3.4	Analisis Regresi Linier Berganda	87
4.3.5	Uji Hipotesis	89
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian.....	91
4.4.1	Profile Responden.....	91
4.4.2	Pengaruh Citra Merek (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	92

4.4.3	Pengaruh promosi Flash Sale (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	93
4.4.4	Pengaruh Kualitas Produk (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	95
4.4.5	Pengaruh Citra Merek (X_1), Promosi <i>Flash Sale</i> (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		99
5.1	Kesimpulan.....	99
5.2	Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA		101

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	49
Tabel 4.1 Jumlah Kepala Keluarga Kecamatan Menganti	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Produk	66
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk	66
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek	68
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi Flash Sale	69
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk.....	71
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian...	72
Tabel 4.9 Rekapitulasi Data Penelitian Variabel X dan Y	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	81
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas.....	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	84
Tabel 4.14 Hasil Uji Autokorelasi.....	85
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	87
Tabel 4.16 Hasil Uji t Parsial	90
Tabel 4.17 Hasil f Simultan	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram penjualan online Shopee menggunakan ekspedisi J&T.	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	44
Gambar 4.1 Logo Jasmine Jilbab	60
Gambar 4.2 Tampilan Profile Jasmine Jilbab Pada Platfrom Shopee	60
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 : Surat Balasan Penelitian
- Lampiran 4 : Lembar Persetujuan Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 5 : Berita Acara Ujian Proposal Skripsi
- Lampiran 6 : Berita Acara Bimbingan Revisi Proposal Skripsi
- Lampiran 7 : Surat Pengantar Plagiasi
- Lampiran 8 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi
- Lampiran 9 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 10 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 11 : Tabulasi Data Jawaban Responden
- Lampiran 12 : Rekapitulasi Data SPSS
- Lampiran 13 : Output Pengolahan Data SPSS