

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK DENGAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHOPATCLOTH
PADA GENERASI Z**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

Wafiqah Azizah

122201958

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK DENGAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHOPATCLOTH PADA GENERASI Z

Diajukan oleh :

Wafiq Azizah

No. Mhs. 122201958

Yogyakarta, 27 Desember 2024

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Drs. Muhammad Roni Indarto, M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA
MEREK DENGAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHOPATCLOTH
PADA GENERASI Z**

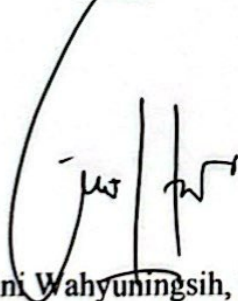
Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program

Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 31 Januari 2025

Yang terdiri atas

Ketua



Tri Harsini Wahyuningsih, Dra, M.Si

Anggota



Drs. Muhammad Roni Indarto, M.Si

HALAMAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopatcloth pada Generasi Z"** dan diajukan untuk diuji pada tanggal 31 Januari 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat dari peneliti lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan sendiri atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa mencantumkan nama penulis.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik disengaja maupun tidak disengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 31 Januari 2025

Yang memberi pernyataan



Wafiq Azizah

Saksi 1, sebagai pembimbing dan merangkap sebagai anggota penguji

Drs. Muhammad Roni Indarto, M.Si

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji skripsi

Tri Harsini Wahyuningsih, Dra, M.Si

MOTTO

“Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah”
(QS. Yusuf: 87)

“Setiap hari adalah kesempatan baru untuk menjadi versi terbaik; jangan pernah ragu untuk mencoba dan mengejar apa yang kita impikan”

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek dengan Media Sosial sebagai Variabel Moderasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopatcloth pada Generasi Z”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana di STIM YKPN Yogyakarta. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Suparmono, M.Si., selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
2. Drs. Muhammad Roni Indarto, M.Si yang senantiasa membimbing, mendampingi, dan memberikan dukungan kepada penulis.
3. Seluruh dosen dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan pelayanan yang baik kepada penulis.
4. Kedua orang tua yang selalu memberikan support kepada saya baik dari segi biaya selama perkuliahan hingga kasih sayang, doa dan cinta yang telah diberikan kepada peneliti.
5. Teman dan sahabat yang telah mendengarkan keluh kesah penulis dan membantu memberikan saran dan dukungan kepada penulis.
6. Berbagai pihak yang telah memberikan bantuan sehingga memperlancar penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Akan tetapi, penulis berharap skripsi ini akan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama yang terkait dengan manajemen pemasaran, khususnya keputusan pembelian.

Yogyakarta, 31 Januari 2025

Wafiqah Azizah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian generasi Z pada produk Shopatcloth dengan media sosial sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen generasi Z pengikut media sosial Shopatcloth. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *non-probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 152 responden yang merupakan konsumen Shopatcloth berusia 12-27 tahun. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarakan melalui media sosial. Analisis data menggunakan metode PLS-SEM dengan software SmartPLS v.3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak signifikan dalam pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian. Media sosial memoderasi secara positif dan signifikan hubungan antara kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak signifikan dalam hubungan antara harga dan keputusan pembelian. Dari enam hipotesis yang diajukan, empat hipotesis diterima, sementara dua hipotesis, yaitu pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang dimoderasi oleh media sosial, ditolak.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Media Sosial, Generasi Z.

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of product quality, price, and brand image on Generation Z's purchasing decisions for Shopatcloth products with social media as a moderating variable. This research employs a quantitative research approach. The population in this study consists of Generation Z followers social media Shopatcloth. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling method. The sample size consisted of 152 respondents who are Shopatcloth consumers aged 12-27 years. Data was collected through online questionnaires distributed via social media. Data analysis was performed using PLS-SEM method with SmartPLS v.3.0 software. The results show that product quality and price each have a positive and significant effect on purchasing decisions, but brand image does not significantly influence purchasing decisions. Social media positively and significantly moderates the relationship between product quality and brand image on purchasing decisions, but is not significant in the relationship between price and purchasing decisions. Of the six hypotheses proposed, four hypotheses were accepted, while two hypotheses - the influence of brand image on purchasing decisions and the influence of price on purchasing decisions moderated by social media - were rejected.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Decision, Social Media, Generation Z.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	11
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Perumusan Hipotesis.....	30
D. Kerangka Penelitian	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
A. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
B. Jenis Penelitian.....	37
C. Jenis dan Sumber Data	37
D. Populasi dan Sampel	37
E. Metode Pengumpulan Data	39
F. Metode Analisis Data.....	40

BAB IV GAMBARAN PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA	44
A. Profil Perusahaan	44
B. Hasil Penelitian	45
C. Pembahasan.....	63
KESIMPULAN DAN SARAN	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Peningkatan Fashion Global.....	1
Gambar 1. 2 Grafik Produk Yang Rutin Di Belanjakan Menurut Generasi	3
Gambar 1. 3 Sosial Media Shopatcloth	4
Gambar 2. 1 <i>Theory of Reasoned Action</i>	12
Gambar 2. 2 Lima tahap Model Proses Keputusan Pembelian	23
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan Shopatcloth.....	44
Gambar 4. 2 Bagan Model PLS.....	48
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Fornell Larcker</i>	51
Gambar 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Gambar 4. 5 Hasil Uji <i>Effect Size</i>	57
Gambar 4. 6 Hasil Uji <i>Path Coefficients</i>	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hubungan <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA) dengan Variabel Penelitian	13
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 2. 3 Tabel Hipotesis	34
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	35
Tabel 3. 2 Tabel Skala <i>Likert</i>	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	46
Tabel 4. 2 Hasil <i>Convergent Validity</i>	48
Tabel 4. 3 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	52
Tabel 4. 4 Hasil Uji <i>R-Square</i> Sebelum Moderasi	56
Tabel 4. 5 Hasil Uji <i>R Square</i> Setelah Moderasi	56
Tabel 4. 6 Hasil Uji Model Fit	59
Tabel 4. 7 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	78
Lampiran 2 Data Responden	83
Lampiran 3 Hasil Uji Outer Model	101
Lampiran 4 Hasil Uji Inner Model	105
Lampiran 5 Bagan Model PLS	106