

ABSTRAK

ASHMA ALFIYYAH. 2025. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Fashion Pada Marketplace Shopee di Missyshop Kota Makassar. Skripsi. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh : Syarthini Indrayani dan Sherry Adelia Natsir Kalla.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen fashion di *marketplace Shopee*, khususnya pada toko Missyshop di Kota Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Sampel penelitian terdiri dari 160 responden yang merupakan konsumen aktif Missyshop di Shopee. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Malhotra untuk penentuan jumlah sampel, yang menghasilkan 160 responden yang merupakan konsumen aktif Missyshop di Shopee. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan kepercayaan dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik citra merek Missyshop, semakin tinggi kualitas produknya, dan semakin besar kepercayaan konsumen terhadap toko tersebut, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

ASHMA ALFIYYAH. 2025. *The Influence of Brand Image, Product Quality, and Trust on Fashion Consumer Purchasing Decisions on the Shopee Marketplace at Missyshop, Makassar City*. Thesis. Department of Management, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Supervised by: Syarthini Indrayani and Sherry Adelia Natsir Kalla.

This study analyses the influence of brand image, product quality, and trust on fashion consumer purchasing decisions in the Shopee marketplace, especially at the Missyshop store in Makassar City. This study uses a quantitative approach with a multiple linear regression analysis method to test the effect of independent variables on the dependent variable. The research sample consisted of 160 respondents who were active consumers of Missyshop on Shopee. The research sample was determined using the Malhotra formula to determine the number of samples, which resulted in 160 respondents who were active consumers of Missyshop on Shopee. The data obtained were then analyzed using SPSS version 29. The results showed the variables of brand image, product quality and trust with a significance value of $0.001 < 0.05$. This indicates that the better the Missyshop brand image, the higher the quality of its products, and the greater the consumer trust in the store, the greater the likelihood of consumers making purchases.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Trust and Purchase Decisions