

SKRIPSI

**PENGARUH *FLASH SALE*, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
COLORBOX DI *PLATFORM* SHOPEE PADA MAHASISWI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**



Diajukan Oleh:

KRISTINA AYU WULANDARI

NPM: 22420085

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2026**

SKRIPSI

**PENGARUH *FLASH SALE*, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
COLORBOX DI *PLATFORM SHOPEE* PADA MAHASISWI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

Diajukan oleh:

KRISTINA AYU WULANDARI

NPM : 22420085

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH
DOSEN PEMBIMBING**



Maqbula Arochman, SE., M.Ak

Tanggal, 9 Februari 2026

KETUA PROGRAM STUDI



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Tanggal, 9 Februari 2026

SKRIPSI

PENGARUH *FLASH SALE*, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
COLORBOX DI *PLATFORM SHOPEE* PADA MAHASISWI
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA

Diajukan oleh:

KRISTINA AYU WULANDARI

NPM : 22420085

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama

Anggota Dewan Penguji



Maqbula Arochman, SE., M.Ak



Hendra Prasetya, S.E., M.Ak



Dr. Djojo Dihadjo, SE.MM.MAk

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Tanggal, 9 Februari 2026



Dwi Indah Mustikorini, SE., MM

Ketua Program Studi

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa di dalam naskah skripsi tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh diri saya sendiri atau orang lain untuk memperoleh gelar akademik, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam bagian utama skripsi dan daftar pustaka

Apabila ternyata didalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiat, maka saya bersedia jika disertasi digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (SARJANA MANAJEMEN) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 9 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



Kristina Ayu Wulandari

22420085

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat yang melimpah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Flash Sale*, Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Colorbox Pada Mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, nasehat dan dukungan dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Rr. Nugrahini Susantinah Wisnujati, M.Si selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Dra. Ec. Hj. Pratiwi Dwi Karjati, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Dwi Indah Mustikorini, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
4. Kharis Marpurdianto, S.S., M.Hum. selaku Dosen Wali yang sudah membimbing dan membantu mahasiswinya selama 3,5 tahun ini.
5. Maqbula Arochman, SE., M.Ak selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan kesabaran dalam membimbing,

Terima kasih atas motivasi, arahan, saran, dan semangat yang selalu diberikan selama penulisan skripsi ini.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, khususnya Dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan yang sangat berguna untuk masa depan saya.
7. Ayah saya tercinta, Alimun. Ibu saya tercinta, Santi. Serta tante saya tercinta Lia Mustika, Nenek saya tercinta Nasitri, Kakek saya tercinta Sumari dan adik saya tercinta, Krisna Maulana, Kristian Bayu dan Keinara. Terima kasih atas doa, cinta, dan kepercayaan yang telah diberikan selama ini, terima kasih untuk dukungan dan kasih sayangnya sehingga saya bisa lanjut menyelesaikan perkuliahan ini. Tanpa mereka, saya tidak akan berada dititik ini.
8. Sahabat terbaik selama masa kuliah saya, sepa, melisa, bila, lala, andini, serila, pida, dan octa. Terima kasih karena telah mendengarkan keluh kesah dan saling memotivasi saya hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat terbaik saya kak fani, egin, ema, yesa, yang telah berteman baik dengan saya. Terima kasih telah menemani saya dalam kondisi apapun, meskipun beberapa dari kalian, kita belum sempat bertemu langsung.
10. Untuk diri saya sendiri. Terima kasih karena sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini dan tidak memutuskan untuk menyerah walau sesulit apapun yang ada didepanmu.

11. Terakhir, untuk pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan sedikit atau banyak peran dan doa kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih.

Penulis berdoa agar seluruh kebaikan yang telah diberikan kepada penulis nantinya akan dibalas berlipat ganda oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh sebab itu, masukan dan kritikan sangatlah bermanfaat.

Surabaya, ... Januari 2026

Penulis

(Kristina Ayu Wulandari)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *flash sale*, citra merek, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Colorbox di platform Shopee pada mahasiswi Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswi aktif Universitas Wijaya Kusuma Surabaya angkatan 2022–2025 yang berjumlah 1.962 orang. Sampel penelitian sebanyak 110 responden ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring, kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flash sale*, citra merek, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, secara bersamaan ketiga variabel independen tersebut juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Colorbox di Shopee. Temuan ini mengindikasikan bahwa *flash sale*, persepsi citra merek yang positif, serta kualitas produk yang baik mampu meningkatkan kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian konsumen.

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

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of flash sales, brand image, and product quality on purchasing decisions for Colorbox products on the Shopee platform among female students of Wijaya Kusuma University Surabaya. The study employs a quantitative approach using a survey method. The research population consists of all active female students of Wijaya Kusuma University Surabaya from the 2022–2025 cohorts, totaling 1,962 students. A sample of 110 respondents was selected using purposive sampling techniques. Data were collected through the distribution of online questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS software. The results indicate that flash sales, brand image, and product quality have a significant effect on purchasing decisions. Furthermore, the three independent variables simultaneously have a significant influence on purchasing decisions for Colorbox products on Shopee. These findings suggest that flash sale, a positive brand image, and good product quality are able to enhance consumer trust and encourage purchasing decisions.

Keywords: *Flash Sale, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decision, Shopee.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Skripsi	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1. Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (S-O-R)	13
2.1.2. Promosi	14
2.1.2.1. <i>Promotion Mix</i>	14
2.1.3. <i>Flash Sale</i>	15
2.1.3.1. Definisi <i>Flash Sale</i>	15
2.1.3.2. Karakteristik <i>Flash Sale</i>	17
2.1.3.3. Indikator <i>Flash Sale</i>	17
2.1.4. Citra Merek	18
2.1.4.1. Definisi Citra Merek.....	18

2.1.4.2. Faktor Citra Merek.....	19
2.1.4.3. Indikator Citra Merek	21
2.1.5. Produk.....	21
2.1.5.1. Tingkatan Produk.....	22
2.1.6. Kualitas Produk	23
2.1.6.1. Definisi Kualitas Produk.....	23
2.1.6.2. Faktor Faktor Kualitas produk.....	24
2.1.6.3. Indikator Kualitas produk.....	25
2.1.7. Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>).....	26
2.1.8. Keputusan Pembelian	27
2.1.8.1. Definisi Keputusan Pembelian	27
2.1.8.2. Faktor Faktor Keputusan Pembelian	29
2.1.8.3. Indikator Keputusan Pembelian	29
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Hipotesis.....	34
2.3.1. Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap Keputusan Pembelian	34
2.3.2. Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan Pembelian.....	35
2.3.3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	36
2.3.4. Pengaruh <i>Flash Sale</i> , Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian.....	36
2.4 Kerangka Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Pendekatan Penelitian	39
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	40
3.2.1. Populasi Penelitian.....	40
3.2.2. Sampel Penelitian.....	41
3.3 Identifikasi Variabel.....	42
3.3.1. Variabel Independen (Bebas).....	42
3.3.2. Variabel Dependen (Terikat)	43
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	43

3.4.1. <i>Flash Sale</i>	43
3.4.2. Citra Merek	44
3.4.3. Kualitas Produk	44
3.4.4. Keputusan Pembelian	45
3.5 Jenis dan Sumber Data Penelitian	45
3.5.1. Jenis Data	45
3.5.2. Sumber Data	46
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	47
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1. Uji Validitas	49
3.7.2. Uji Reliabilitas	49
3.7.3. Analisis Regresi Linier Berganda	49
3.7.4. Uji Hipotesis	50
3.7.4.1. Uji T	50
3.7.4.2. Uji F	51
3.7.4.3. Koefisien Determinasi (R^2)	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1. Gambaran Obyek Penelitian	52
4.1.2. Statistik Deskriptif	53
4.1.3. Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian	54
4.1.3.1. Deskripsi Jawaban Responden Variabel <i>Flash Sale</i>	55
4.1.3.2. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek	56
4.1.3.3. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	57
4.1.3.4. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	59
4.1.4. Hasil Pengujian Hipotesis	61
4.1.4.1. Hasil Uji Validitas	61
4.1.4.2. Hasil Uji Reliabilitas	62
4.1.4.3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	63

4.1.4.4. Hasil Uji Hipotesis	65
4.1.4.5. Hasil Uji T	65
4.1.4.6. Hasil Uji F	66
4.1.4.7. Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.2 Pembahasan.....	67
4.2.1. Pengaruh <i>Flash Sale</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Colorbox.....	67
4.2.2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Colorbox.....	69
4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Colorbox.....	70
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan Penelitian.....	72
5.2 Keterbatasan Penelitian	72
5.3 Saran Penelitian	74
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN 1 KUESIONER	82
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA	88
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA	103

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 3. 1 Total Mahasiswi.....	40
Tabel 3. 2 Skala Likert	48
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Program studi.....	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	54
Tabel 4. 3 Kategori Masing-masing Variabel.....	55
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Variabel <i>Flash Sale</i>	55
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	57
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	58
Tabel 4. 7 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 10 Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji T	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji F	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengunjung 5 <i>Platform Marketplace</i> Terbanyak di Indonesia	2

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER.....	82
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA	88
LAMPIRAN 3 HASIL OLAH DATA	103