# PERAN HARGA DAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN PEMBELIAN PRODUK 3SECOND KARAWANG MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

***THE ROLE OF PRICE AND SERVICE QUALITY IN INCREASING PURCHASES OF 3SECOND PRODUCTS IN KARAWANG THROUGH BRAND IMAGE AS A MEDIATION VARIABLE***

**Oleh:**

**RENATA MUTIARA PUTRI**
**22416261201419**

**NON SKRIPSI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG**
**TAHUN 2026**

# PERAN HARGA DAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN PEMBELIAN PRODUK 3SECOND KARAWANG MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

# THE ROLE OF PRICE AND SERVICE QUALITY IN INCREASING PURCHASES OF 3SECOND PRODUCTS IN KARAWANG THROUGH BRAND IMAGE AS A MEDIATION VARIABLE

**Oleh:**

**RENATA MUTIARA PUTRI**
**22416261201419**

**NON SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG**
**TAHUN 2026**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama** : **RENATA MUTIARA PUTRI**

**NIM** **22416261201419**

**Tanda Tangan** :



**Tanggal** : **14 April 2026**

# LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**Disusun Oleh :**

| | |
|---|---|
| Nama | : RENATA MUTIARA PUTRI |
| NIM | : 22416261201419 |
| Judul | : Peran Harga dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Pembelian Produk 3Second Karawang Melalui Brand Image Sebagai Variabel Mediasi |

Menyetujui,

| Pembimbing Utama, | Pembimbing Pendamping, |
|---|---|
| Dr. Citra Savitri, S.E., M.M. | Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M. |
| NIDN. 0214088301 | NIDN. 0405059303 |

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang
Koordinator Program Studi

Dr. H. Suroso S.E., M.M.
NIDN. 0402107707

# HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Renata Mutiara Putri

NIM : 22416261201419

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : Peran Harga dan Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Pembelian Produk 3Second Karawang Melalui Brand Image Sebagai Variabel Mediasi

**DEWAN PENGUJI TUGAS AKHIR**

| Nama | | Tanda Tangan | Tanggal (TTD) |
|---|---|---|---|
| Penguji 1 | : Dr. Hj. Neni Sumarni, S.E., M.M | ( ) | 23/4/2026 |
| Penguji 2 | : Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.K.M., M.M. | ( ) | 20-04-26 |

Karawang, 14 April 2026

Mengetahui

| Dekan | Ketua Program Studi |
|---|---|
| Dr. Citra Savitri, S.E., M.M. | Dr. H. Suroso S.E., M.M. |
| NIDN. 0214088301 | NIDN. 0402107707 |

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

| | |
|---|---|
| Nama | : RENATA MUTIARA PUTRI |
| NIM | : 22416261201419 |
| Program Studi | : Manajemen |
| Tahun Akademik | : 2025-2026 |

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya yang berjudul:

**"PERAN HARGA DAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN PEMBELIAN PRODUK 3SECOND KARAWANG MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI"**

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Karawang, 14 April 2026




RENATA MUTIARA PUTRI

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**
**TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Buana Perjuangan Karawang, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : RENATA MUTIARA PUTRI |
| NIM | 22416261201419 |
| Program Studi | : Manajemen |
| Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis |
| Jenis Karya | : Tugas Akhir Non Skripsi |

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Buana Perjuangan Karawang **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**"PERAN HARGA DAN KUALITAS LAYANAN DALAM MENINGKATKAN PEMBELIAN PRODUK 3SECOND KARAWANG MELALUI BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI".**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Buana Perjuangan Karawang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.
Demikan pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Karawang
Pada tanggal : 14 April 2026

Yang menyatakan



RENATA MUTIARA PUTRI

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT beserta junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Pada kesempatan ini, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu Dr. Citra Savitri, S.E., M.M, selaku pembimbing utama dan Ibu Syifa Pranudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M. selaku pembimbing pendamping yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama ini serta motivasi kepada penulis yang kemudian membuka catatan cakrawala berpikir penulis.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Yanti Tayo, S.PSI., M.I.KOM selaku Ketua Yayasan Buana Pangkal Perjuangan Karawang.
2. Assoc. Prof. Dr. H. Budi Rismayadi, S.E., M.M selaku Rekor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Dr. Citra Savitri, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. Dr. H. Suroso, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Kepada seluruh Dosen dan Staf serta pihak-pihak lainnya yang membantu penulisan Tugas Akhir, penulis ucapkan banyak terima kasih.
6. Cinta pertama dan panutan penulis, Ayahanda Rizki Malik Ibrahim, serta pintu surga penulis, Ibunda Iik Damayanti, yang selalu memberikan doa,

pengorbanan, dan kasih sayang tanpa henti. Meskipun tidak menempuh pendidikan di bangku perkuliahan, beliau telah mengajarkan arti perjuangan, kerja keras, dan cinta tulus hingga penulis mampu menyelesaikan studi ini. Terima kasih juga untuk adik tercinta, Malika Utami dan Wahnan Ehren Ibrahim, atas doa dan dukungan yang menguatkan. Semoga karya ini menjadi wujud kecil rasa terima kasih dan bakti penulis kepada keluarga tercinta.

7. Kepada sahabat terbaik anggota Keong Racun dan Keluarga Cemara, terima kasih telah hadir dalam tawa dan saling menguatkan, serta menjadikan perjalanan ini penuh makna dan tidak pernah terasa sendiri. Semoga ke depan kita semua diberi kemudahan dalam setiap langkah, dan dimudahkan meraih cita-cita.
8. Untuk seseorang yang istimewa, Sandhi Yudha Tarigan, terima kasih telah hadir dan menemani setiap langkah penulis, menjadi yang terdepan saat penulis membutuhkan, dan tidak pernah lelah menghadapi segala keadaan penulis dengan penuh kesabaran. Dalam setiap lelah dan ragu, kehadiranmu menjadi tempat pulang, bersandar, dan sumber kekuatan yang tak pernah habis. Terima kasih telah menjadi pendengar setia yang selalu menguatkan dan meyakinkan penulis untuk terus melangkah. Setiap dukunganmu, sekecil apa pun, sangat berarti hingga membuat perjalanan ini terasa lebih ringan dan tidak pernah sendiri. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga dan memberkahi setiap langkah kita menuju masa depan yang penuh kebahagiaan dan kesuksesan.

Akhir kata, saya berharap Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Karawang, 14 April 2026



Renata Mutiara Putri

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran harga dan kualitas layanan dalam memengaruhi keputusan pembelian produk 3Second di Karawang, dengan brand image sebagai variabel mediasi pada pengguna Shopee. Hasil analisis menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap brand image. Namun, kedua variabel tersebut tidak memberikan pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, brand image terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam menentukan keputusan pembelian serta berperan sebagai mediator dalam hubungan antara harga, kualitas layanan, dan keputusan pembelian. Secara keseluruhan, variabel-variabel yang diteliti mampu menjelaskan sebesar 43,8% variasi keputusan pembelian, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Kesimpulan penelitian ini yaitu proses pengambilan keputusan pembelian konsumen lebih dipengaruhi oleh brand image daripada oleh harga dan kualitas layanan secara langsung. Meski demikian, harga dan kualitas layanan memainkan peran penting dalam membangun brand image yang positif, yang kemudian mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan menerima manfaat praktis dari studi ini sebagai referensi dalam proses membuat strategi pemasaran yang menitikberatkan pada penguatan brand image melalui penetapan harga yang tepat dan peningkatan kualitas layanan. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian sekaligus memperkuat daya saing di pasar digital.



**Kata Kunci:** harga, kualitas layanan, brand image, keputusan pembelian, 3Second.

## *ABSTRACT*

*The purpose of this study is to analyze pricing and service quality in relation to the demand for 3Second products in Karawang, using brand image as a media variable among Shopee users. The analysis's findings indicate that service quality and price have a positive and significant impact on brand image. However, these two variables do not have a significant impact on purchasing decisions. Conversely, a strong brand image has a positive and significant impact on consumer purchasing decisions as well as acting as a mediator in the relationship between price, service quality, and purchasing decisions. Overall, the variables studied were able to explain 43.8% of the variation in purchasing decisions, while the rest was influenced by other factors outside the model. This study's main finding is that consumers' purchasing decisions are influenced more by brand perception than by price and service quality. In light of this, pricing and service quality play a crucial role in creating a positive brand image. This study offers practical assistance to businesses as a guide in developing marketing strategies that enhance brand image through appropriate pricing and improved service quality. It is anticipated that the aforementioned efforts will increase the demand for simultaneously and increase competitiveness in the digital market.*



***Keywords:*** *price, service quality, brand image, purchasing decision, 3Second.*