

**PENGARUH CITRA MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Pada Pengguna Iphone di Yogyakarta)

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND QUALITY PERCEPTION ON
PURCHASE DECISIONS THROUGH CONSUMER TRUST AS
INTERVENING VARIABLE***

(Study on Iphone User in Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh:

RESTU NUGROHO

20190410099

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2023

**HALAMAN
PERNYATAAN**

Dengan ini saya,
Nama: Restu Nugroho
NIM: 20190410099

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Iphone Di Yogyakarta)”** tidak pernah terdapat karya serupa yang pernah diajukan dan juga tidak terdapat tulisan yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali yang terdapat dala daftar Pustaka. Apabila dalam skripsi ini terdapat karya orang lain yang pernah ditulis dan di terbitkan orang lain maka saya saya bersedia karya saya dibatalkan.

Yogyakarta, 13 Desember 2022


Restu Nugroho

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT Tuhan Semesta Alam atas nikmat, karunia dan kemudahan yang diberikan dalam penyelesaian karya ini sehingga selesai tepat pada waktunya. Shalawat dan salam saya panjatkan untuk suri keteladanan Nabi Muhammad SAW. Karya ini saya persembahkan untuk orang-orang yang berharga dalam hidup ini, yaitu:

1. Keluarga tercinta, ayah, ibu dan kakak, terima kasih banyak atas dukungan, semangat, dan doa yang telah saya terima selama ini.
2. Teman-teman yang menemani saya dalam perjalanan kuliah ini, Luthfiana Safira, Wahyu Danisworo, Fina Tama, Vito Arighi, Abil Rafliansyah, yang selalu mendukung saya sampai saat ini, saya berterima kasih atas kesempatan yang diberikan kepada saya Allah SWT untuk bertemu teman-teman baik seperti kalian semua.
3. Terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu, mendampingi dan mendukung dalam pengerjaan tugas ini selama proses perkuliahan, yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Pengguna Iphone di Kota Yogyakarta)” dengan lancar.

Adapun skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat mengetahui faktor apa saja yang membuat konsumen melakukan keputusan pembelian.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, M.Sc., Ph.D., Ak. CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, tempat penulis menuntut ilmu.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. selaku Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan waktu untuk membimbing, mengarahkan dan membagikan ilmunya.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.



DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| MOTTO | vi |
| PERSEMBAHAN | vii |
| INTISARI | viii |
| ABSTRACT | ix |
| KATA PENGANTAR..... | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan Penelitian | 5 |
| D. Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| A. Hubungan Antar Variabel | 7 |
| B. Landasan Teori..... | 8 |
| 1. Citra Merek | 8 |
| 3. Kepercayaan Konsumen | 12 |
| 4. Keputusan Pembelian..... | 14 |
| C. Telaah Penelitian Terdahulu | 17 |
| D. Pengembangan Hipotesis | 23 |
| E. Model Penelitian | 29 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 30 |
| A. Pendekatan Penelitian | 30 |
| B. Subject dan Objek Penelitian | 30 |
| 1. Subject Penelitian..... | 30 |
| 2. Objek Penelitian..... | 31 |
| C. Jenis Data | 31 |
| D. Teknik Pengambilan Sampel | 31 |
| E. Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| F. Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 33 |
| G. Uji Kualitas Instrumen | 36 |

| | |
|---|-----------|
| 1. Uji Validitas | 36 |
| 2. Uji Reliabilitas | 37 |
| H. Alat Analisis Dan Uji Hipotesis..... | 38 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 41 |
| A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian | 41 |
| B. Uji Kualitas Instrumen | 44 |
| 1. Uji Validitas | 45 |
| 2. Uji Reliabilitas | 46 |
| 4. Hasil Penelitian | 50 |
| C. Hasil Pengujian Hipotesis | 63 |
| D. Pembahasan..... | 70 |
| BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN..... | 76 |
| A. Simpulan | 76 |
| B. Keterbatasan Penelitian..... | 77 |
| C. Saran | 77 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 79 |
| LAMPIRAN..... | 83 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2. 1 Telaah Penelitian Terdahulu | 17 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert..... | 33 |
| Tabel 3. 2 Indikator Variabel Endogen..... | 34 |
| Tabel 3. 3 Indikator Variabel Exogen..... | 35 |
| Tabel 3. 4 Indikator Variabel Mediasi | 36 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 43 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan | 44 |
| Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen | 45 |
| Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen..... | 46 |
| Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek | 47 |
| Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Persepsi Kualitas</i> | 48 |
| Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen | 49 |
| Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian..... | 49 |
| Tabel 4. 9 Uji Normalitas..... | 54 |
| Tabel 4. 10 Hasil Bootstrapping..... | 56 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Outliers | 57 |
| Tabel 4. 12 Perhitungan Degrees of Freedom..... | 58 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Goodness of Fit Index | 59 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Goodness of Fit Index Setelah Modifikasi | 61 |
| Tabel 4. 15 Hasil Output Regression Weights | 64 |
| Tabel 4. 16 Hasil Output Standardized Direct Effects | 64 |
| Tabel 4. 17 Hasil Output Standardized Indirect Effects | 64 |
| Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis | 65 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Data Penjualan Iphone | 2 |
| Gambar 2. 1 Proses keputusan pembelian | 14 |
| Gambar 2. 2 Model Penelitian | 29 |
| Gambar 4. 1 Diagram jalur..... | 51 |
| Gambar 4. 2 Pemodelan Structural Equation Modelling | 52 |
| Gambar 4. 4 Output Pemodelan Structural Equation Modelling | 59 |
| Gambar 4. 5 Output Permodelan Structural Equation Modelling Setelah Modifikasi | 61 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian | 84 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data..... | 89 |
| Lampiran 3 Uji Validitas..... | 91 |
| Lampiran 4 Uji Reliabilitas | 92 |
| Lampiran 5 Descriptive Statistics | 94 |
| Lampiran 6 Model Penelitian..... | 95 |
| Lampiran 7 Uji Normalitas | 96 |
| Lampiran 8 Boostraping..... | 96 |
| Lampiran 9 Pengujian Outlier | 97 |
| Lampiran 10 Degree of freedom | 99 |
| Lampiran 11 Goodness Of Fit..... | 100 |
| Lampiran 12 Uji Hipotesis | 102 |
| Lampiran 13 Direct Indirect..... | 102 |
| Lampiran 14 Hasil Turnitin..... | 104 |