

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING***

(Studi Pada Konsumen Mie Gacoan Yogyakarta)

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON  
PURCHASE DECISIONS WITH BRAND TRUST AS INTERVENING  
VARIABLES***

(Study on Consumers of Mie Gacoan Yogyakarta)



**Disusun oleh :**

**IMRON ROSYADI**

**20190410188**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2023**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI  
VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Pada Konsumen Mie Gacoan Yogyakarta)**

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND BRAND IMAGE ON  
PURCHASE DECISIONS WITH BRAND TRUST AS INTERVENING  
VARIABLES  
(Study on Consumers of Mie Gacoan Yogyakarta)***



**Disusun oleh :  
IMRON ROSYADI  
20190410188**

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

**2023**

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Imron Rosyadi

Nomor Mahasiswa : 20190410188

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND TRUST* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (studi pada konsumen Mie Gacoan Yogyakarta)**" tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan

Yogyakarta, 17 Maret 2022.

  
Imron R. 

## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan rahmat sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mie Gacoan Yogyakarta)**”.

Skripsi ini saya persembahkan untuk segala pihak yang sudah membantu saya :

1. Teuntuk Ayah (Drs. Kamdani ,S.Pd), ibu (Sarju, S.Pd) dan Kakak (Fauzi Hamdan, Malinda Yulianingrum) terimakasih selalu memberikan saya motivasi dan dukungan selama menyelesaikan masa studi ini. Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tuaku sebagai tanda bakti dan terimakasih karena selalu memberikan dukungan dan doa. Semoga selalu diberikan lindungan oleh Allah SWT.
2. Sahabat SMA saya Hafizh Al-Ghozali yang selalu memberikan semangat yang dari SMA sampai sekarang selalu jadi teman ceritaku. Pacar Saya Syifa Azzahra Kuspranaji yang selalu menjadi orang yang memberikan semangat tanpa henti dan dukungan untuk skripsi saya hingga merelakan waktunya demi menenangkan isi hati saya dan semoga diberi kemudahan dalam mengerjakan skripsinya.
3. Teman temanku tercinta yang sudah mengisi hari-hariku selama kuliah. Gembul yang tiada hari selalu menjadi partner otw kampus dan partner dalam segala hal tugas hingga sekarang sukses dengan karirnya. Imat menjadi teman yang baik dalam hal overthinking masa depan dan menjadi

teman sambatku, bangnyu dan geng saung yang menjadi temanku disaat skripsi telah tiba karena rumahnya, saya bisa selamat dalam segala masalah. Terimakasih semua teman-temanku semoga diberikan Kesehatan dan kemudahan.

4. Terimakasih juga untuk nadia dan dica yang selalu mengingatkan untuk menyelesaikan skripsi ini dan mereka juga berperan besar dalam jenjang studi saya di kampus ini.
5. KKN Unit 32 Pacitan yang sudah menambah cerita dan pengalaman saya.
6. Segala pihak yang sudah membatu saya mulai dari doa, semangat, nasihat dan lainnya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan rahmat sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Trust* Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Mie Gacoan Yogyakarta)”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam membuat strategi kedepannya dan memberikan ide bagi peneliti selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Rizal Yaya, SE., M.Sc., M.Si., Ph.D., Ak., CA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih. S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan petunjuk, bimbingan dan kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.

3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., M.M. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi.
4. Ayah dan ibu yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi

Sebagai kata akhir, tiada gading yang tak retak, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik, saran dan pengembangan peneliti selanjutnya sangat diperlukan.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 17 Maret 2023



Imron Rosyadi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>INTISARI.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAC.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teori.....	11
B. Penelitian Terdahulu .....	15
C. Pengembangan Hipotesis .....	28
D. Model Penelitian .....	34
<b>BAB III.....</b>	<b>35</b>
A. Objek dan Subjek Penelitian .....	35
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
C. Jenis Data .....	36
D. Teknik Pengumpulan Data.....	37
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	37
F. Uji Kualitas Instrumen .....	40



G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	41
<b>BAB IV .....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Penelitian .....	45
B. Uji Kualitas Instrumen .....	47
C. Statistik Deskriptif .....	49
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....	52
E. Pengujian Hipotesis.....	60
F. Pembahasan (Interpretasi).....	65
<b>BAB V.....</b>	<b>70</b>
A. Simpulan .....	70
B. Keterbatasan Penelitian.....	72
C. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Skala <i>Likert</i> Penelitian .....	37
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Waktu Pembelian.....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	50
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek .....	51
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Brand Trust .....	51
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas .....	55
Tabel 4.11 Hasil Pengujian <i>Outliers</i> .....	57
Tabel 4.12 Identifikasi Model Struktural .....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	58
Tabel 4.14 Pengaruh Langsung.....	61
Tabel 4.15 <i>Strandardized Direct Effects</i> .....	64
Tabel 4.16 <i>Strandardized Indirect Effects</i> .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-rata Konsumsi Mie Instan di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Perkembangan Gerai Mie Gacoan di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Pertumbuhan Mie Gacoan Yogyakarta .....	4
Gambar 2.1 Model penelitian.....	34
Gambar 4.1 Diagram Alur.....	53
Gambar 4.2 Persamaan Struktural.....	54
Gambar 4.3 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i> .....	57

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	77
Lampiran 2 Data Responden.....	82
Lampiran 3 Uji Validitas.....	91
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	92
Lampiran 5 Statistik Deskriptif.....	94
Lampiran 6 Diagram Alur .....	96
Lampiran 7 Persamaan Struktural.....	97
Lampiran 8 Uji Normalitas .....	98
Lampiran 9 Uji <i>Outlier</i> .....	99
Lampiran 10 <i>Computation of Degrees of Freedom</i> .....	102
Lampiran 11 Uji Goodness of Fit Indeks .....	103
Lampiran 12 Uji Hipotesis Secara Langsung.....	104
Lampiran 13 Standardized Direct Effect.....	105
Lampiran 14 Standardized Indirect Effect .....	106