

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN
MEREK

(Studi Pada Konsumen Laptop Asus di Daerah Istimewa Yogyakarta)

*THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF PRODUCT QUALITY AND BRAND
IMAGE ON PURCHASE DECISION THROUGH BRAND TRUST*

(Study of Asus Laptop Consumers in Special Region of Yogyakarta)



Disusun oleh :

MUHAMMAD FAIZ IMADUDDIN

20190410211

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN
MEREK

(Studi Pada Konsumen Laptop Asus di Daerah Istimewa Yogyakarta)

*THE INFLUENCE OF PERCEPTION OF PRODUCT QUALITY AND BRAND
IMAGE ON PURCHASE DECISION THROUGH BRAND TRUST
(Study of Asus Laptop Consumers in Special Region of Yogyakarta)*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Mersyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

MUHAMMAD FAIZ IMADUDDIN

20190410211

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Faiz Imaduddin

Nomor Mahasiswa : 20190410211

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul **"PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN MEREK"** 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 dan diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta,



Muhammad Faiz Imaduddin

MOTTO

“Kau tidak sendiri jangan tiadakan yang ESA, Do it better Inshaallah kamu bisa.”

(KeilandBoi)

"Janganlah kamu berduka cita, sesungguhnya Allah selalu bersama kita."

(Q.S At-Taubah : 40)

“Jalani terus roda kehidupan walau berat kurasakan,

Coba bersyukur dalam segala hal walau kadang menyakitkan.”

(MonkeyBoots)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, yang sudah memberikan kerahmatan, Kesehatan, serta hidayahnya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dalam waktu yang telah ditetapkan. Tak lupa mengucapkan rasa Syukur dan rasa berterimakasih atas doa dan dukungan yang sudah diberikan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini dipersembahkan khusus untuk kedua orangtua yaitu Ibu Rahmiwati dan Ayah Zainul Arifin, yang sudah senantiasa selalu mendoakan dan memberikan dukungan secara moral maupun material, serta senantiasa selalu memberikan rasa semangat dan menambah motivasi sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti persembahkan juga kepada teman-teman yang selalu memberikan semangat serta dukungan untuk berjuang Bersama-sama hingga skripsi ini selesai, yaitu Prisa Zahra Hidayat, Imron Rosyadi, Raihan Aiman Daffa, Ilham Nur Baskoro, Naufal Labiba Wildan, Yusuf Nur Rifqi, Afi Okfianto Putro, Faiz Akhmad Naufal, Rizky Satya Aldikala

KATA PENGANTAR

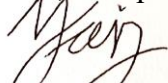
Alhamdulillah Wasyukurillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat beserta karunia-Nya sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sesuai dengan yang diharapkan oleh peneliti, walaupun dengan keterbatasan yang dimiliki.

Penulis menyadari dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis mengucapkan terimakasih dengan setulus hati kepada pihak-pihak yang telah membimbing serta membantu selama penulisan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya SE., M.Si., Ak. CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Rr. Sri Handari W, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, SE., MM. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta masukan.
4. Orang tua yang selalu memberikan doa serta dukungan selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan dan kemudahan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik serta saran sangat diperlukan untuk kedalaman karya tulis dengan topik ini.

Yogyakarta, 23 April 2024


Muhammad Faiz Imaduddin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	5
C. Tujuan penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	15
C. Pengembangan Hipotesis.....	25
D. Model Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
A. Subyek dan Objek Penelitian.....	32
B. Jenis Data.....	32
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Definisi Operasional Variabel	34
F. Uji Kualitas Instrumen	37

G.	Analisis Data	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A.	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	41
B.	Karakteristik Responden.....	43
C.	Uji Kualitas Instrumen	46
D.	Analisis Data dan Uji Hipotesis	48
BAB V	SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN.....	71
A.	Simpulan	71
B.	Keterbatasan Penelitian.....	71
C.	Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....		73
LAMPIRAN.....		76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Pustaka Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Symbol dan Skor Kuisioner	34
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir Responden.....	45
Tabel 4. 4 Pekerjaan Responden	45
Tabel 4. 5 Pendapatan Perbulan Responden	46
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 8 Interpretasi Kelas Interval	49
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk	49
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Citra Merek	50
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan Merek	51
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	52
Tabel 4. 13 Uji Normalitas Data	56
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>Outliers</i>	57
Tabel 4. 15 Identifikasi Model <i>Structural</i>	58
Tabel 4. 16 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	58
Tabel 4. 17 Pengaruh Langsung	61
Tabel 4. 18 Hasil <i>Standardized Direct Effect</i>	64
Tabel 4. 19 Hasil <i>Standardized Indirect Effect</i>	64
Tabel 4. 20 Pengaruh Tidak Langsung	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Produk Laptop yang digemari masyarakat di Indonesia 2023 ...	3
Gambar 2. 1 Model Penelitian	30
Gambar 4. 1 Logo Asus.....	42
Gambar 4. 2 Diagram Jalur	54
Gambar 4. 3 Persamaan Struktural.....	54
Gambar 4. 4 Nilai Batas <i>Mahalanobis Distance</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisoner Penelitian	76
Lampiran 2 : Tabulasi Data Kuisoner	80
Lampiran 3 : Karakteristik Responden	103
Lampiran 4 : Uji Validitas	110
Lampiran 5 : Uji Reabilitas	111
Lampiran 6 : Analisis Deskrispsi	112
Lampiran 7 : Model Penelitian.....	114
Lampiran 8 : Identifikasi Model Struktural	114
Lampiran 9 : Uji Normalitas Data.....	114
Lampiran 10 : Uji <i>Mahalonis Outlier</i>	115
Lampiran 11 : Uji Hipotesis	118
Lampiran 12 : Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	119
Lampiran 13 : Uji <i>Goodness of Fit</i>	121
Lampiran 14 : Hasil Turnitin.....	122