

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
BRAND TRUST DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PERCEPTION AND BRAND IMAGE ON
BRAND TRUST AND PURCHACES DECISIONS***

SKRIPSI



Penyusun:

Nama: Rudi Hartono

Nim: 20200410086

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

2024

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP
BRAND TRUST DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**

***INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY PERCEPTION AND BRAND IMAGE ON
BRAND TRUST AND PURCHASES DECISIONS***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Penyusun:

Rudi Hartono

20200410086

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2024

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Rudi Hartono

Nim : 20200410086

Menyatakan dengan ini skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *BRAND TRUST* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN”** 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 dituliskan dalam daftar pustaka. Apabila dalam skripsi ini terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 25 Desember 2023



Rudi Hartono

MOTTO

لِلنَّاسِ أَنْفَعُهُمُ النَّاسِ خَيْرُ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain” – Nabi Muhammad SAW

"Ketahuilah bahwa kesabaran adalah salah satu bentuk jihad, dan Allah memberikan pahala tanpa hisab atas kesabaran." - Ibnu Taimiyah

"Pendidikan adalah senjata paling ampuh yang dapat Anda gunakan untuk mengubah dunia." – Nelson Mandela

"Jangan takut untuk gagal. Gagal adalah bagian dari hidup dan bagian dari membangun sesuatu yang besar." – David Beckham

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi. Terima kasih atas doa dan dukungan kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penyelesaian tugas akhir sehingga dapat memperoleh gelar sarjana. Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Orang tua tercinta, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan motivasi yang sangat berharga dalam hidup saya. Terima kasih atas segala pengorbanan dan kesabaran dalam mendidik saya hingga saat ini.
2. Abang kandung saya yang selalu memberikan dukungan yang membuat penulis semakin bersemangat untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi.
3. Keluarga dan saudara yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis dalam proses penyelesaian tugas akhir skripsi.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	vi
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
INTISARI.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori.....	11
1. Persepsi Kualitas Produk	12
2. <i>Brand image</i>	13
3. <i>Brand trust</i>	15
4. Keputusan Pembelian.....	16
B. Temuan Riset Terdahulu.....	17
C. Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	25
D. Model Penelitian	29
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
A. Objek dan Subjek Penelitian	32
B. Jenis Data.....	32

C. Teknik Pengambilan Sampel	33
D. Teknik Pengumpulan Data dan Penentuan Skala	34
E. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional.....	35
F. Pengujian Instrumen	38
G. Metode Analisis Data dan Uji Hipotesis	39
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian	43
B. Uji Kualitas Instrumen	46
C. Statistik Deskriptif.....	48
D. Hasil Penelitian	51
E. Pembahasan	63
BAB V.....	69
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, SARAN.....	69
A. Simpulan	69
B. Keterbatasan Penelitian	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Simbol dan Skor Kuisisioner.....	37
Tabel 3.2 Indikator Variabel.....	38
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini	45
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas	47
Tabel 4.8 Interpretasi Kelas Interval	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kualitas Produk	49
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel Brand image	49
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel Brand trust.....	50
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Outliers	56
Tabel 4.15 Notes For Model Notes For Model (Default model)	57
Tabel 4.16 Menilai Goodness of Fit	57
Tabel 4.17 Hubungan Antar Variabel	59
Tabel 4.18 Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)	62
Tabel 4.19 Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penjualan Sepatu Olahraga di Seluruh Dunia	4
Gambar 2. 1 Model Penelitian	30
Gambar 4. 1 Diagram Jalur	52
Gambar 4. 2 Persamaan Struktural.....	53
Gambar 4. 3 Nilai Batas Mahalanobis Distance	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	80
Lampiran 2. Tabulasi Data Responden	86
Lampiran 3. Klasifikasi Responden	89
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	91
Lampiran 5. Hasil Uji Realibilitas	92
Lampiran 6. Interpretasi Interval	94
Lampiran 7. Statistik Deskriptif.....	95
Lampiran 8. Model Struktural	96
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas.....	97
Lampiran 10. Uji Outliers.....	98
Lampiran 11. Degree Of Freedom	99
Lampiran 12. Model Fit.....	100
Lampiran 13. Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	102
Lampiran 14. Uji Hipotesis Mediasi	103

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap *Brand Trust* Dan Keputusan Pembelian. Tugas akhir skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat kelulusan akademik dalam meraih gelar sarjana pada program strata satu di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini tidak luput dari kendala. Namun, kendala tersebut dapat diatasi peneliti yang tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dan memberikan masukan dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak., CA., CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan kemudahan selama penulisan skripsi.
2. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih, SE., M.Si. yang telah memberikan petunjuk bimbingan dan kemudahan selama penulisan skripsi.
3. Ibu Retno Widowati PA, S.E., M.Si., Ph.d selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan motivasi, dan saran dalam penyempurnaan penelitian ini.

4. Orang tua dan saudara-saudara, yang telah memberikan dukungan dan doa.
5. BARRKL dan The Gaspool yang telah memberikan tawa tawa ketika masa sulit dan jenuh mengerjakan tugas akhir skripsi ini
6. Serta semua pihak yang terlibat yang telah memberikan dukungan, kemudahan, dan kerjasamanya.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan. Namun demikian, harapan besar dari peneliti yaitu apabila skripsi ini dapat menjadi suatu karya yang bermanfaat dan memberikan sumbangan pengetahuan bagi pihak yang membaca.

Yogyakarta, 25 Desember 2023



Rudi Hartono