



**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA AIR
MINUM DALAM KEMASAN AQUA DI DKI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Nama : Amalia Nur Laili

Nim : 43122010066

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA AIR
MINUM DALAM KEMASAN AQUA DI DKI JAKARTA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Nama : Amalia Nur Laili

Nim : 43122010066

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amalia Nur Laili
NIM : 43122010066
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Air Minum dalam Kemasan Aqua di DKI Jakarta ” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

MERCU BUANA

Jakarta, 08 Juli 2026



Amalia Nur Laili

	BIRO PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS MERCU BUANA	
---	--	---

No. Dokumen	1-1-3.4.11.00	Distribusi					
Tgl. Efektif	25 September 2024						

SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN

Nama : AMALIA NUR LAILI
NIM : 43122010066
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN AQUA DI DKI JAKARTA
Hasil Pengecekan Turnitin : 22%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **22%** dan dinyatakan memenuhi syarat untuk penyerahan tugas akhir sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Hasil uji Turnitin terlampir.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
 MERCU BUANA

Jakarta, 07 July 2026

Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

Ket: Surat keterangan ini sebagai salah satu syarat untuk penyerahan tugas akhir.

2026/Juli/07/0000001087/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Amalia Nur Laili
NIM : 43122010066
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Air Minum dalam Kemasan Aqua di DKI Jakarta

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 06 Maret 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Tine Yuliantini, M.M

NIDN/NUPTK: 0328076901

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA
NIDN/NUPTK: 0307036901



Dudi Permana, Ph.D
NIDN/NUPTK: 1018037701

LPTA-03266164



Scan QR or [click here](#) to
Verification

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan berkah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian ulang pada Air Minum dalam Kemasan Aqua di DKI Jakarta”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Dr. Tine Yuliatini S.Par,MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bantuan, dukungan, dan waktu yang sangat berarti bagi penulis. Penulis juga ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
5. Ibu dan Bapak, yang selalu memberikan dukungan moral, doa yang tidak pernah berhenti, motivasi, dan kasih sayang yang telah diberikan.
6. Dinda Mardiana, selaku sahabat penulis yang selalu ada dan terus memberikan dukungan sampai sekarang. Terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan dan sahabat yang terbaik.
7. Penulis menyampaikan terima kasih kepada seseorang yang pernah memiliki peran bermakna dalam perjalanan hidup. Interaksi dan kebersamaan yang terjalin, baik dalam suka maupun duka, telah memberikan banyak pembelajaran berharga dalam proses pendewasaan diri. Segala dukungan, perhatian, dan kebaikan yang telah diberikan memberikan kontribusi positif terhadap

pembentukan sikap dan pemahaman penulis. Semoga setiap proses yang dijalani pada setiap langkah ke depannya dapat berjalan dengan baik, penuh keberkahan, serta kebahagiaan.

8. Seluruh teman-teman Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2022 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kita bisa mewujudkan semua impian kita.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan semaksimal mungkin oleh peneliti dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membantu dan membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak agar dapat menambah pengetahuannya.

Jakarta, 22 Februari 026

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Amalia Nur Laili

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amalia Nur Laili
NIM : 43122010066
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Judul Disertasi : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Pada Air Minum dalam Kemasan Aqua di DKI Jakarta

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 08 Juli 2026

Yang menyatakan,



Amalia Nur Laili

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT PEMBELIAN
ULANG PADA AIR MINUM DALAM KEMASAN AQUA DI
DKI JAKARTA**

AMALIA NUR LAILI

ABSTRAK

Tujuan pada penelitian ini yakni melakukan analisis mengenai pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang pada produk Air Minum Dalam Kemasan Aqua di DKI Jakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi produk Aqua di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan sampel yang mencapai 280 responden dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif kausal disertai penyebaran kuesioner daring yang menjadi teknik dalam mengumpulkan data melalui. Proses yang dilakukan dalam menganalisis data menerapkan metode berupa *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang, (2) Kepercayaan Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang, dan (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pembelian Ulang.

Kata Kunci: Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, Minat Pembelian Ulang, Aqua.

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND TRUST, AND
PRODUCT QUALITY ON REPURCHASE INTENTION FOR
AQUA BOTTLED DRINKING WATER IN DKI JAKARTA**

AMALIA NUR LAILI

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the influence of Brand Image, Brand Trust, and Product Quality on the Intention to Repurchase AQUA bottled water in DKI Jakarta. Customers who have purchased and consumed AQUA products in the DKI Jakarta area served as the research subjects. A total of 280 samples were used in this study. A quantitative approach and a causal research design were employed. Non-probability sampling via purposive sampling was used to select the samples. A questionnaire was distributed to collect data via Google Forms, which served as the primary data source. The technique used to analyze the data was Structural Equation Modeling Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) using SmartPLS 4.0. Several findings were identified, namely: (1) Brand Image has a positive and significant effect on Repurchase Intention; (2) Brand Trust has a positive and significant effect on Repurchase Intention; and (3) Product Quality has a positive and significant effect on Repurchase Intention.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Product Quality, Repurchase Intention, AQUA.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	15
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Kontribusi Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	18
2.1 Kajian Teori	18
2.1.1 Pemasaran	18
2.1.2 Minat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	23
2.1.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	26
2.1.4 Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	29
2.1.5 Kualitas Produk (<i>Quality Product</i>)	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Pengembangan Hipotesis	39
2.4 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
3.2 Desain Penelitian	43
3.3 Definisi dan Operasional Variable	43
3.3.1 Variabel Penelitian	43
3.3.2 Operasional Variabel.....	45
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	48
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	49

3.5.1	Populasi Penelitian	49
3.5.2	Sampel Penelitian	50
3.6	Teknik Pengumpulan Data	51
3.7	Metode Analisis Data	52
3.7.1	Analisis Deskriptif	52
3.7.2	Analisis <i>Partial Least Square</i>	53
3.7.3	Langkah langkah Pengujian PLS	54
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	59
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.1.1	Objek Penelitian	59
4.2	Analisis Deskriptif	60
4.2.1	Deskriptif Responden	60
4.2.2	Deskriptif Variable	61
4.3	Analisis Partial Least Square	68
4.3.1	Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	68
4.3.2	Pengujian Model Pengukuran (<i>Inner Model</i>)	77
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	81
4.4.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang	81
4.4.2	Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Minat Pembelian Ulang	82
4.4.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang ...	84
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		89
LAMPIRAN		96

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Pra-Survei	12
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Operasional Variabel Minat Pembelian Ulang.....	46
Tabel 3.2	Operasional Variabel Citra Merek	46
Tabel 3.3	Operasional Variabel Kepercayaan Merek	47
Tabel 3.4	Operasional Variabel Kualitas produk`	48
Tabel 3.5	Pemberian Bobot Nilai (Skor) Skala <i>Likert</i>	49
Tabel 4.1	Deskripsi Profil Responden.....	60
Tabel 4.2	Uji Deskriptif Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel Citra Merek.....	62
Tabel 4.3	Uji Deskriptif Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel Kepercayaan merek	64
Tabel 4.4	Uji Deskriptif Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel Kualitas Produk	65
Tabel 4.5	Uji Deskriptif Jawaban Kuisisioner Berdasarkan Variabel Minat Pembelian Ulang.....	67
Tabel 4.6	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	69
Tabel 4.7	Hasil Pengujian <i>Average Variance Extracted</i>	71
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> (<i>Cross Loading</i>)	72
Tabel 4.9	Hasil Uji <i>Disriminant Validity</i> (Fornell Larcker).....	74
Tabel 4.10	Hasil Uji Disriminant Validity Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)	74
Tabel 4.11	Hasil Uji <i>Cronbach's Alpha</i>	75
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	76
Tabel 4.13	Hasil Uji <i>R-square</i>	77
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>F Square</i>	78
Tabel 4.15	Hasil Uji <i>Q-square Predictive Relevance</i>	78
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Hipotesis	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tujuh Merek Air Mineral Favorit Masyarakat Indonesia 2022.....	4
Gambar 1.2	Logo AQUA	5
Gambar 1.3	Produk AQUA ukuran 330ml	6
Gambar 1.4	Top Brand Indeks Kategori Air Minum Dalam Kemasan Tahun 2020	6
Gambar 1.5	Top Brand Indeks Kategori Air Minum Dalam Kemasan Tahun 2024	7
Gambar 1.6	Data Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua Selama Empat Tahun Terakhir	9
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1	Hasil Algoritma PLS.....	70
Gambar 4.2	Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian.....	96
Lampiran 2	Data Hasil penelitian.....	102
Lampiran 3	Deskripsi Responden	129
Lampiran 4	Hasil Uji Deskriptif Variable.....	129
Lampiran 5	Hasil Uji <i>Partial Least Square</i>	130

