



**PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK
SEPATU BATA**



**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
LISA ARDILA PRAMESTI
MERCU BUANA
43122010153**

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



**PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK
SEPATU BATA**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

LISA ARDILA PRAMESTI
43122010153

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

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Ardila Pramesti
NIM : 43122010153
Fakultas/Program Studi : Ekonomi Dan Bisnis / S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pada Produk Sepatu Bata” 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 akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

Jakarta, 03 Agustus 2026



Lisa Ardila Pramesti
43122010153

	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 : LISA ARDILA PRAMESTI
NIM : 43122010153
Fakultas / Program Studi : FEB / Manajemen
Jenis : Skripsi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK SEPATU BATA
Hasil Pengecekan Turnitin : 27%

Telah dilakukan pengecekan Similarity menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan hasil presentase kemiripan sebesar **27%** 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, 08 August 2026
Kepala Biro Perpustakaan



Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

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

2026/Agustus/08/0000001170/Muhammad Arif Budiyanto, M.Hum

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Lisa Ardila Pramesti
NIM : 43122010153
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis/S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pada Produk Sepatu Bata

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 17 Juli 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



Ali Hanafiah, SE., MM., DBA
NIDN/NUPTK: 0319017905

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-07266508



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir Ini. Penyusunan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Ali Hanafiah, SE., MM., DBA selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat bagi penulis demi terselesaikannya Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir 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, Ph.D selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan seluruh ilmu dan pengetahuan yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
5. Teristimewa teruntuk kedua orang tuaku tercinta yaitu Bapak Nardianto dan Ibu Tanti, yang senantiasa mendidik dengan penuh kasih sayang dan selalu mengiringi langkah penulis melalui doa-doa tulus, terima kasih juga karena selalu memberikan dukungan, nasehat, dan pengorbanan yang dilakukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Maka dari itu gelar sarjana ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua penulis.

6. Teruntuk adikku tersayang, Liyana yang selalu menjadi motivasi penulis untuk terus belajar dan menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, baik dalam bidang akademik maupun non akademik, serta menjadi panutan di masa yang akan datang.
7. Sahabat penulis dari semester satu, yaitu Eka, Hasna, Shindy, Adzra, Egaputri, Inesti yang senantiasa selalu memberi motivasi dan semangat kepada penulis serta selalu setia mendengarkan curahan hati penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Kepada seluruh teman-teman Himpunan Mahasiswa Manajemen S1 Universitas Mercu Buana, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan dan berorganisasi. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan keberkahan dan kesuksesan kepada kita semua.
9. Terakhir terima kasih untuk saya sendiri Lisa Ardila Pramesti, apresiasi sebesar-besarnya telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibilang tidak mudah dan mampu menyelesaikannya hingga saat ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, 03 Agustus 2026

Lisa Ardila Pramesti

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

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

Nama : Lisa Ardila Pramesti
NIM : 43122010153
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / S1 Manajemen
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Pada Produk Sepatu Bata

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, 03 Agustus 2026

Yang Menyatakan,



Lisa Ardila Pramesti

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI PADA PRODUK
SEPATU BATA**

LISA ARDILA PRAMESTI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kesadaran Merek, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Beli Pada Produk Sepatu Bata. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengetahui produk sepatu bata. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 126 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei sebagai teknik pengumpulan data. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang diukur menggunakan skala likert. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square* (PLS) menggunakan aplikasi SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kesadaran Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, Kualitas Produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap niat beli, dan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kesadaran merek dan kepercayaan merek dapat menjadi faktor penting dalam mendorong niat beli konsumen terhadap produk sepatu bata.

Kata Kunci: Kesadaran Merek, Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Niat Beli, Produk Sepatu Bata.

**THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, PRODUCT QUALITY, AND
BRAND TRUST ON PURCHASE INTENTION FOR BATA SHOES
PRODUCT**

LISA ARDILA PRAMESTI

ABSTRACT

This research aims to examine and analyze the influence of Brand Awareness, Product Quality, and Brand Trust on Purchase Intention on Bata Shoe Product. The population in this research are consumers who know Bata Shoe Product. The sampling method uses a purposive sampling technique with a sample size of 126 responden. This research employed a quantitative approach with a survey method for data collection. Data were obtained through questionnaires measured using a likert scale. Data analysis was performed using the Partial Least Squares (PLS) method using the SmartPLS 4 application. The results showed that brand awareness had a positive and significant effect on purchase intention, product quality had a positive but insignificant effect on purchase intention, and brand trust had a positive and significant effect on purchase intention. These findings suggest that increasing brand awareness and brand trust can be important factors in driving consumer purchase intention for Bata shoes.

Keywords: Brand Awareness, Product Quality, Brand Trust, Purchase Intention, Bata Shoe Product.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB).....	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Niat Beli	12
2.1.4 Kesadaran Merek.....	14
2.1.5 Kualitas Produk	15
2.1.6 Kepercayaan Merek.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Pengembangan Hipotesis	22

2.4 Kerangka Konseptual	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	25
3.2 Desain Penelitian.....	25
3.3 Definisi dan Operasional Variabel.....	25
3.3.1 Definisi Variabel.....	25
3.3.2 Operasional Variabel	27
3.4 Skala Pengukuran Variabel.....	29
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.5.1 Populasi Penelitian	30
3.5.2 Sampel Penelitian	31
3.6. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7 Metode Analisis Data.....	32
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	32
3.7.2 Analisis Structural Equation Modeling (SEM)	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.2 Statistik Deskriptif.....	37
4.2.1 Deskripsi Responden.....	37
4.2.2 Deskripsi Variabel	41
4.3 Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)	44
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	44
4.3.2 Evaluasi Model Pengukuran (Inner Model)	49
4.3.3 Pembahasan Hasil Penelitian	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Saran untuk perusahaan.....	58
5.2.2 Saran untuk peneliti selanjutnya.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Hasil Pra-Survei.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Skala Likert	29
Tabel 3.3 Persentase Penduduk DKI Jakarta.....	30
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	38
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	40
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	40
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kesadaran Merek	41
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Produk	42
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Kepercayaan Merek	42
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Niat Beli.....	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Loading Factor (Outer Loading).....	45
Tabel 4.11 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	46
Tabel 4.12 Hasil Uji Discriminant Validity (Cross Loading).....	46
Tabel 4.13 Hasil Uji Fornell Larcker Criterion.....	47
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)	48
Tabel 4.15 Hasil Uji Composite Reliability & Cronbach's Alpha.....	49
Tabel 4.16 Hasil Uji Nilai R-Square (R^2).....	50
Tabel 4.17 Hasil Uji Nilai F-Square (F^2)	51
Tabel 4.18 Hasil Uji Predictive Relevance (Q^2).....	51
Tabel 4.19 Hasil Uji Model Fit	52
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perbandingan TBI Merek Sepatu Casual.....	2
Gambar 1.2 Grafik Pendapatan PT Sepatu Bata Tbk.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1 Hasil Uji Algoritma PLS	44
Gambar 4.2 Hasil Uji Bootstrapping.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2 Kriteria Responden.....	71
Lampiran 3 Identitas Responden.....	72
Lampiran 4 Petunjuk Pengisian	74
Lampiran 5 Kuesioner Hasil Pra Survei.....	77
Lampiran 6 Jawaban Responden.....	78

