



**ANALISIS KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
PRODUK PERUSAHAAN PEMBIAYAAN DENGAN
PERSEPSI KUALITAS SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

OLEH

DITA PUSPITASARI

55118320036

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2021



**ANALISIS KEPERCAYAAN MEREK DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
PRODUK PERUSAHAAN PEMBIAYAAN DENGAN
PERSEPSI KUALITAS SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING (Studi Kasus di Perumahan Jatinegara
Indah Kecamatan Cakung)**

TESIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Pascasarjana
Program Studi Magister Manajemen

OLEH

DITA PUSPITASARI

55118320036

PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung)

Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan

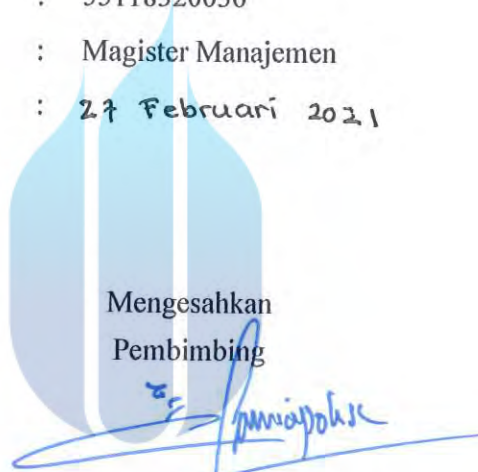
Nama : Dita Puspitasari

NIM : 55118320036

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 27 Februari 2021

Mengesahkan
Pembimbing



(Dr. Afriapollo Syafarudin, SE, MM)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Ing Mudrik Alaydrus)



(Dudi Permana, Ph.D)

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Dita Puspitasari
NIM : 55118320036
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 1 Januari 2021, didapatkan nilai persentase sebesar 19%.

Jakarta, 1 Januari 2021
Administrator Turnitin



Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung)

Nama : Dita Puspitasari

NIM : 55118320036

Program Studi : Magister Manajemen

Tanggal : 27 Februari 2021

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 27 Februari 2021



(Dita Puspitasari, SH)

ABSTRACT

This study aims to provide empirical evidence regarding the influence of Brand Trust and Brand Image on the Decision to Use Financing Company Products with Perceptions of Quality as an Intervening Variable (Case Study in Jatinegara Indah Housing, Cakung District). This study uses the PLS (Partial Least Square) analysis method. This study uses primary data in the form of a questionnaire and is distributed to 100 (one hundred) respondents who are debtors who use financing company products in the form of multipurpose financing in the Jatinegara Indah Housing area, Cakung District. Based on the results of the analysis, it is known that all independent variables have an effect on the dependent variable. In this case, brand trust and brand image have a significant influence on the decision to use the product of a finance company.

Keywords: *Brand Trust, Brand Image, Purchasing Decisions, Perceived Quality*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai ada tidaknya pengaruh Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung). Penelitian ini menggunakan metode analisis PLS (*Partial Least Square*). Penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner dan dibagikan kepada 100 (seratus) orang responden yang merupakan debitur yang menggunakan produk perusahaan pembiayaan berupa pembiayaan multiguna di area Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam hal ini kepercayaan merek dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan produk perusahaan pembiayaan.

Kata kunci: Kepercayaan Merek, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Persepsi Kualitas

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala rahmat juga karuniaNya kepada penulis. Berkat rahmatNya penulis dapat menyelesaikan penyusunan usulan penelitian dengan judul “Analisis Kepercayaan Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perusahaan Pembiayaan Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung)”. Usulan penelitian ini disusun dalam rangka penyusunan Tesis yang menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen dari Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih terdapat kelemahan yang perlu diperkuat dan kekurangan yang perlu dilengkapi.

Penulis juga menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini.

Penulis mengungkapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Afriapollo Syafarudin, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, pengetahuan, motivasi dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis;
2. Seluruh Dosen Program Magister Manajemen yang telah memberikan pengajaran sehingga penulis mendapatkan ilmu yang bermanfaat yang bisa diaplikasikan;
3. Untuk suamiku Luqman Nurdiansyah dan anakku Ataya Mirza Nurdiansyah yang telah memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis mampu untuk menyelesaikan tesis ini;
4. Orang Tua dan keluarga yang selalu memberi motivasi dan doa untuk penulis;

5. Teman-teman seperjuangan pada program studi Magister Manajemen Mercu Buana yang selalu membantu memberikan informasi, semangat, dan dukungan dalam proses penyelesaian tesis ini;
6. Warga Perumahan Jatinegara Indah Kecamatan Cakung yang telah membantu mengisi kuesioner sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini; dan
7. Semua pihak yang belum disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Demikian penulis berharap tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.



Jakarta, 27 Februari 2021

Penulis

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang Masalah.....	1
1. 2 Identifikasi Masalah.....	9
1. 3 Perumusan Masalah.....	10
1. 4 Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
2. 1 Tinjauan Pustaka.....	12
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	12
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	13
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.4 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	22
2.1.5 Persepsi Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	32
2.1.6 Kepercayaan Merek	39
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	44
2. 2 Kerangka Penelitian	50
2. 3 Pengembangan Hipotesis	51
2.3.1 Hubungan antara Kepercayaan Merek dan Keputusan Pembelian. .	51
2.3.2 Hubungan antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian.	51
2.3.3 Hubungan antara Persepsi Kualitas dan Keputusan Pembelian.	52

2.4	Hipotesis.....	53
2.5	Penelitian Terdahulu	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		68
3.1	Desain Penelitian.....	68
3.2	Operasional Variabel.....	68
3.3	Populasi dan Sampel	71
3.3.1	Populasi	71
3.3.2	Sampel.....	71
3.4	Metode Pengumpulan Data	72
3.5	Metode Analisis Data	73
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	73
3.5.2	Teknik Analisis Data.....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		86
4.1	Hasil Analisis	86
4.2	Analisis Deskriptif Data Penelitian.....	86
4.2.1	Karakteristik Responden	86
4.2.2	Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Variabel.....	88
4.3	Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	96
4.3.1	Spesifikasi Model.....	96
4.3.2	Evaluasi Outer Model	98
4.3.3	Evaluasi Inner Model	103
4.4	Pembahasan.....	109
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		113
5.1	Kesimpulan	113
5.2	Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN.....		120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piutang Pembiayaan pada Perusahaan Pembiayaan Periode 2015-2018.....	7
Gambar 1.2 Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 1.3 Kerangka Penelitian	50
Gambar 4.1 Garis Kontinum Kategori Kepercayaan Merek.....	90
Gambar 4.2 Garis Kontinum Kategori Citra Merek	92
Gambar 4.3 Garis Kontinum Kategori Persepsi Kualitas	93
Gambar 4.4 Garis Kontinum Kategori Keputusan Menggunakan Produk	95
Gambar 4.5 <i>Outer Model</i>	96
Gambar 4.6 <i>Inner Model</i>	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Kuesioner Pra <i>Survey</i>	4
Tabel 1.2 Jumlah Perjanjian Pembiayaan Periode 2015-2018.....	8
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	68
Tabel 3.2 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	77
Tabel 3.3 <i>Output</i> Pengujian pada PLS	85
Tabel 4.1 Usia Responden.....	86
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	87
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	87
Tabel 4. 4 Penghasilan Responden	88
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan Merek	89
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra Merek	90
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Persepsi Kualitas.....	92
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Menggunakan Produk.....	94
Tabel 4.9 Nilai <i>Cross Loadings</i> Evaluasi <i>Outer Model</i>	98
Tabel 4. 10 Nilai <i>Cross Loadings</i> Evaluasi <i>Outer Model</i>	100
Tabel 4.11 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	101
Tabel 4.12 Nilai <i>Composite Reliability</i>	102
Tabel 4.13 Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	103
Tabel 4. 14 Nilai <i>Path Coefficient</i>	104
Tabel 4. 15 Nilai <i>R Square</i>	105
Tabel 4.16 Nilai Statistik T	106
Tabel 4.17 Total Pengaruh Tidak Langsung.....	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	120
Lampiran 2. Hasil Rekapitulasi Kuesioner	125
Lampiran 3. Hasil <i>Output</i> PLS.....	129
Lampiran 4. Hasil Uji Turnitin	136
Lampiran 5. Jurnal Ilmiah	147



UNIVERSITAS
MERCU BUANA