

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN**

(Studi pada PT Astra International Isuzu Cabang Warung Buncit
Jakarta Selatan)

SKRIPSI



Disusun oleh:

Nama : Aprilia Ningrum Ambarwati

NIM : 43118010335

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCUBUANA

JAKARTA

2022

**PENGARUH KESADARAN MEREK, CITRA MEREK DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN**
(Studi pada PT Astra International Isuzu Cabang Warung Buncit Jakarta Selatan)

SKRIPSI

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi
Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta**



Nama : Aprilia Ningrum Ambarwati

NIM: 43118010335

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA**

2022

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Aprilia Ningrum Ambarwati

NIM : 43118010335

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindak plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2022

UNIVERSITA
MERCU BUANA



Aprilia Ningrum Ambarwati
NIM :43118010335

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Aprilia Ningrum Ambarwati
NIM : 43118010335
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada PT Astra International Isuzu Cabang Warung Buncit Jakarta Selatan)
Tanggal Sidang : 8 Juni 2022

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M. Si



Dr. H. Sonny Indrajaya, MM

LPTA 06221354



Please Scan QRCode to Verify

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada PT Astra International Isuzu Cabang Warung Buncit Jakarta Selatan)”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Peneliti menyadari dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan ilmu pengetahuan secara pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan Bapak Dr. Andyan Pradipta Utama, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan semangat, waktu, bimbingan, pengetahuan dan nasihat yang sangat bermanfaat bagi penulis. Peneliti juga berterimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa, semangat dan dukungan moral dan material yang tiada hentinya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada jajaran karyawan PT Astra International Tbk, cabang warung buncit. Terutama pada Bapak Ari Nugroho yang sudah membantu penulis melengkapi skripsi ini.
3. Dan yang istimewa Rafi Zuhdi, Syifa Dwi, Dintasari K, yang selalu memberikan dukungan tiada hentinya
4. Seluruh keluarga, sahabat, teman, yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu
5. Bapak Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip Diposumarto, MSi. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
7. Bapak Dr. H. Sonny Indrajaaya, MM. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

8. Para dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan dedikasinya dan keikhlasannya mencurahkan segala ilmu yang dimilikinya untuk diberikan kepada kami.
9. Seluruh staff bagian administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam skripsi ini. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Tangerang, 13 Juni 2022



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Aprilia Ningrum Ambarwati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
A. Rumusan Masalah.....	9
B. Tujuan Penelitian	9
C. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	11
A. Kajian Pustaka.....	11
1. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	11
2. Kesadaran Merek.....	14
3. Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	19
4. Kepercayaan Konsumen.....	23
5. Minat Beli Ulang.....	26
6. Penelitian Terdahulu	28
B. Pengembangan Hipotesis	33

1.	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Ulang	33
2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang	34
3.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang	35
	C. Kerangka Pemikiran.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		37
	A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
	B. Desain Penelitian.....	37
	C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	38
1.	Definisi Variabel	38
2.	Operasionalisasi Variabel.....	40
	D. Skala Pengukuran.....	43
	E. Populasi dan Sampel Penelitian	44
1.	Populasi Penelitian	44
2.	Sampel Penelitian.....	45
	D. Metode Pengumpulan Data.....	45
	E. Metode Analisis Data.....	46
1.	IBM SPSS Statistic 20	46
2.	<i>Analisis Partial Least Square (PLS)</i>	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		53
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	53
	B. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	53
1.	Deskripsi Responden.....	53
2.	Deskripsi Variabel.....	57
	C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS).....	61
1.	Evaluasi Uji Model Pengukuran (Outer Model)	62

2.	Pengujian model Struktual (<i>Inner Model</i>).....	70
	D. Pembahasan Hasil Penelitian	74
1.	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Ulang	75
2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang	75
3.	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77
	A. Kesimpulan	77
	B. Saran.....	78
1.	Bagi Perusahaan	78
2.	Bagi Penelitian Selanjutnya	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN.....		91



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data By Brand Tahun 2018 -2020	3
Tabel 1. 2 Data By Astra Isuzu Warung Buncit.....	4
Tabel 1. 3 Daftar Hasil Pra Survey	7
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3. 1 Operasional Variabel Kesadaran Merek	40
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Citra Merek	41
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Kepercayaan Konsumen	42
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Minat Beli Ulang.....	43
Tabel 3. 5 Instrumen Skala Likert.....	44
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	54
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden	55
Tabel 4. 4 Pendidikan Responden.....	56
Tabel 4. 5 Penghasilan Responden.....	56
Tabel 4. 6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kesadaran Merek (KM)	57
Tabel 4. 7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek (CM).....	58
Tabel 4. 8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (K).....	59
Tabel 4. 9 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli Ulang (MBU) ...	60
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji <i>Disriminant Validity (Cross Loading)</i>	66
Tabel 4. 13 Nilai Fornell-Larcker (Uji Validitas Diskriminan)	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	69
Tabel 4. 15 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	70

Tabel 4. 16 Nilai <i>R-Square</i>	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Tingkatan dari Kesadaran Merek	15
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4. 1 Hasil Uji Algoritma PLS	63
Gambar 4. 2 Hasil Uji <i>Boostrapping</i>	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2: Hasil Kuesioner	99
Lampiran 3: Hasil Output SPSS.....	121
Lampiran 4: <i>Outer Model & Inner model</i>	123

