

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA
KABITA WEDDING ORGANIZER**

SKRIPSI



Nama : Rai Gemili Sectio Kurnia Putera

NIM : 43116110027

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA
KABITA WEDDING ORGANIZER**

SKRIPSI

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



Nama : Rai Gemili Sectio Kurnia Putera

NIM : 43116110027

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

JAKARTA

2023

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rai Gemili Sectio Kurnia Putera

NIM : 43116110027

Program Studi : S1 Manajemen

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 30 April 2023



Rai Gemili Sectio Kurnia Putera

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rai Gemili Sectio Kurnia Putera
NIM : 43116110027
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kabita Wedding Organizer
Tanggal Sidang : 24 Mei 2023

Disahkan oleh :

Pembimbing



Hamdan, S.E., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi S1 Manajemen



Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA



Dudi Permana, Ph.D

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LPTA 06232471



Please Scan QRCode to Verify

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kabita *Wedding Organizer*. Metode yang digunakan adalah kuantitatif. Populasinya adalah konsumen konsumen Kabita *Wedding Organizer*. Teknik pengambilan sampel menggunakan referensi menurut Hair et al sebanyak 150 responden. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model* (SEM) dengan alat analisis Smart-PLS 3.0 Hasil penelitian ini adalah Citra Merek tidak ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Kualitas Pelayanan ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian. Kepercayaan tidak ada pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan,Kepercayaan dan Keputusan Pembelian



Abstract

The purpose of this study was to determine the effect of brand image, service quality and trust on the decision to purchase Kabita Wedding Organizer services. The method used is quantitative. The population is the consumers of Kabita Wedding Organizer. The sampling technique used references according to Hair et al as many as 150 respondents. The approach used in this study is the Structural Equation Model (SEM) with the Smart-PLS 3.0 analysis tool. The results of this study are brand image has no significant effect on purchasing decisions. Service Quality has a significant influence on purchasing decisions. Trust has no significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Trust and Purchase Decisio



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kabita Wedding Organizer**”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., AC selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Dudi Permana, MM, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Hamdan, SE, MM. selaku Dosen Pembimbing skripsi saya yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang dengan sangat baik telah memberikan segenap ilmunya.
6. Orang tua saya tercinta, kaka dan seluruh keluarga yang dengan sabar telah memberikan semangat, doa serta dukungan material yang tiada hentinya selama ini.
7. Seluruh teman-teman di Mercu Buana terutama Hasna, Yani, Inda, Raida, Chrys, Ka Nisa, dan Okta yang sangat sabar dan baik untuk meluangkan waktu mereka membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman crew Kabita Wedding Organizer terutama Monica Pricilia yang selalu mengingatkan dan menyemangati untuk menyusun skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memotivasi penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan. 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 dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan penelitian selanjutnya.

Jakarta, 30 April 2023

Rai Gemili Sectio Kurnia Putera

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kontribusi Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI, HIPOTESIS DAN KERANGKA	
PEMIKIRAN	9
A. Kajian Pustaka.....	9
1. Manajemen.....	9
a. Pengertian Manajemen.....	9
b. Manajemen Pemasaran.....	9
c. Bauran Pemasaran	10
d. Perilaku Konsumen	13
2. Wedding atau Pernikahan	14
a. Pengertian Wedding Atau Pernikahan	14
b. Bentuk-Bentuk Pernikahan	15
c. Bentuk Pernikahan Menurut Asal Isteri / Suami.....	16
d. Bentuk Perkawinan Menurut Hubungan	
Kekerabatan Persepupuan	16
e. Bentuk Perkawinan Menurut Pembayaran	

Mas Kawin / Mahar.....	17
f. Perkawinan Adat.....	17
g. Saat Terbaik untuk Melangsungkan Pernikahan.....	18
3. Wedding Organizer.....	19
a. Bauran Pemasaran <i>Wedding Organizer</i>	21
4. Citra Merek.....	22
a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Citra Merek.....	23
5. Kualitas Pelayanan.....	24
a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	25
6. Kepercayaan.....	26
a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepercayaan.....	27
7. Keputusan Pembelian.....	28
a. Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian... 28	
B. Penelitian Terdahulu.....	30
C. Hubungan Antar Variable.....	35
D. Kerangka Konseptual.....	38
E. Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	40
B. Desain Penelitian.....	40
C. Definisi dan Oprasionalisasi Variabel.....	41
1. Definisi Variabel.....	41
2. Operasionalisasi Variabel.....	44
D. Skala Pengukuran Variabel.....	45
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	45
1. Populasi.....	45
2. Sampel.....	46
3. Teknik Sampling.....	46
F. Metode Pengumpulan Data.....	47
G. Uji Instrumen.....	48
H. Model Analisis Data.....	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	55
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	55
2. Visi dan Misi.....	56
B. Deskripsi Responden.....	56
1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	57
2. Deskripsi Deskripsi Usia Responden.....	57
3. Deskripsi Domisili Responden.....	58
C. Analisis Deskripsi Variabel.....	59
D. Analisis Data	64
1. Evaluasi MeasurKEPPEMt Model (Outer Model).....	64
2. Evaluasi (<i>Ineer Model</i>).....	76
E. Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Simpulan	84
B. Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.1	Data Primer	2
1.2	Pra Survei	3
2.1	Penelitian Terdahulu	30
3.1	Penelitian Terdahulu	43
3.2	Instrumen Skala Likert	41
4.1	Karakteristik Jenis Kelamin Responden	57
4.2	Karakteristik Usia Responden	57
4.3	Karakteristik Tingkat Domisili Responden	58
4.4	Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek	59
4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan	61
4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan	62
4.7	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian	63
4.8	Outer Loading	66
4.9	Hasil Uji Discriminant Validity – FLC	68
4.10	Hasil Uji Convergent Validity (AVE)	69
4.11	Outer Loading	70
4.12	Hasil Uji Discriminant Validity – FLC (Modifikasi 1)	72
4.13	Hasil Uji Convergent Validity (AVE)	73
4.14	Hasil Uji Discriminant – Cross Loadings	73
4.15	Hasil Uji Construct Reliability	75
4.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi	76
4.17	Q2-Square	77
4.18	Hasil Pengujian Pengaruh Langsung (Path Coefficients)	79

DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual	38
4.1	Outer Model	65
4.2	Hasil Uji Convergent Validity (Modifikasi 1)	70
4.3	Bootstrapping Model.....	79

