

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN  
KECINTAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI**

(Studi Pada Mobil Honda Brio Dealer Mugen Puri)

**SKRIPSI**



**Nama : Mohammad Iqbal**

**NIM : 43120120138**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN  
KECINTAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI**

(Studi Pada Mobil Honda Brio Dealer Mugen Puri)

**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 : Mohammad Iqbal**

**NIM : 43120120138**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

## SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mohammad Iqbal

NIM : 43120120138

Program Studi : Manajemen SI

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

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 21 April 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



**Mohammad Iqbal**  
Nim : 43120120138

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : Mohammad Iqbal  
NIM : 43120120138  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Kecintaan Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Mobil Honda Brio Dealer Mugen Puri)  
Tanggal Sidang : 16 Februari 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Dr. Daru Asih, M.Si

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 04243857



Please Scan QRCode to Verify

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari citra merek, kepercayaan dan kecintaan merek terhadap minat pembelian Honda Brio. Penelitian ini menggunakan tabel metode analisis data SEM dan pengolahan data menggunakan PLS 4.0. Populasinya masyarakat yang belum pernah membeli mobil Honda Brio pada Dealer Honda Mugen Puri. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey. Variabel dalam penelitian ini adalah citra merek, kepercayaan dan kecintaan merek sebagai variabel independen dan minat beli sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dan kecintaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan, Kecintaan Merek dan Minat Beli.



## ABSTRACT

*This research aims to examine the influence of brand image, trust and brand love on purchase intention for the Honda Brio. This research uses SEM data analysis methods and data processing using PLS 4.0. The population is people who have never bought a Honda Brio car at the Mugen Puri Honda Dealer. In this research, the sampling technique used purposive sampling. The data collection method uses a survey method. The variables in this research are brand image, brand trust and love as the independent variable and purchase interest as the dependent variable. The results of this research state that the brand image variable has a positive and significant effect on buying interest, trust has a positive and significant effect on buying interest, and brand love has a positive and significant effect on buying interest.*

***Keywords: Brand Image, Trust, Brand Love and Purchase Intention.***



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Kecintaan Merek terhadap Minat Pembelian Mobil Honda Brio pada Dealer Mugen Puri”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya Ibu **Dr. Daru Asih, M.Si** selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, memberikan ilmu, memberikan semangat yang tiada hentinya, motivasi, saran, serta waktu luang selama bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi penelitian ini.

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi penelitian ini, peneliti banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi bimbingan, saran, maupun dorongan moril serta materil sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ucapkan Alhamdulillah atas kekuatan Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah mencurahkan anugerah-Nya dan dengan segala kerendahan hati peneliti ingin

berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Kedua Orang Tua yang penulis sangat cintai dan sayangi yang juga telah membesarkan dan mendidik serta memberi dukungan dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
2. Seluruh dosen yang telah banyak memberikan segenap ilmu pengetahuan yang bermanfaat dan tidak terbatas kepada penulis.
3. Dudi Permana, ST, MM, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Mercu Buana.
4. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana
5. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M. Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
6. Ibu Daru Asih, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing, mengarahkan, serta memberikan semangat dan saran-saran beserta motivasi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat tersusun.
7. Teman – teman seperjuangan Angkatan saya yang sudah saling mendukung satu sama lain sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan peneliti



selanjutnya. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam ini. Terima kasih

Jakarta, 21 April 2023

Mohammad Iqbal



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Penelitian.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>9</b>
<b>C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>D. Kontribusi Penelitian.....</b>	<b>10</b>
1. Kontribusi Praktik .....	10
2. Kontribusi Teoritis.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>11</b>
<b>A. Kajian Pustaka .....</b>	<b>11</b>
1. Manajemen Pemasaran.....	11
2. Minat Beli.....	13
3. Citra Merek.....	15
4. Kepercayaan .....	20
5. Kecintaan Merek .....	22
6. Penelitian Terdahulu .....	24
<b>B. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>26</b>
<b>C. Pengembangan Hipotesis.....</b>	<b>27</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
<b>A. Waktu dan Tempat Penelitian.....</b>	<b>29</b>
<b>B. Desain Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>C. Definisi dan Operasional Variabel.....</b>	<b>30</b>
<b>D. Skala Pengukuran Variabel.....</b>	<b>33</b>

<b>E. Populasi dan Sampel Penelitian</b> .....	<b>34</b>
1. Populasi Penelitian .....	34
2. Sampel Penelitian .....	34
<b>F. Jenis dan Data Penelitian</b> .....	<b>35</b>
<b>G. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>36</b>
1. Kuisisioner .....	36
2. Metode Kuisisioner <i>Online</i> .....	39
<b>H. Metode Analisis Data</b> .....	<b>37</b>
1. IBM SPSS Statistic 23 .....	39
2. <i>Partial Least Square</i> (PLS) .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>45</b>
<b>A. Gambaran Umum Ojek Penelitian</b> .....	<b>45</b>
<b>B. Statistik Deskriptif</b> .....	<b>47</b>
1. Deskripsi Responden .....	47
2. Deskripsi Variabel .....	50
<b>C. Hasil Analisis Data Partial Least Square (PLS)</b> .....	<b>53</b>
1. Evaluasi Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	54
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	63
<b>D. Pembahasan Hasil Penelitian</b> .....	<b>66</b>
1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	67
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Beli .....	67
3. Pengaruh Kecintaan Merek Terhadap Minat Beli .....	68
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>69</b>
<b>A. Kesimpulan</b> .....	<b>69</b>
<b>B. Saran</b> .....	<b>70</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Volume Penjualan Mobil di Indonesia Periode Januari 2020 – September 2022 .....	2
Tabel 1.2 Volume Penjualan Mobil Honda di Mugen Puri Periode Juli 2022 – Desember 2022 .....	4
Tabel 1.3 Volume Penjualan Mobil Honda di Mugen Puri Periode Juli 2022 – Desember 2022 .....	5
Tabel 1.4 Hasil Pra Survey .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	47
Tabel 4.2 Usia Responden .....	48
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	48
Tabel 4.4 Pendapatan Perbulan Responden.....	49
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Citra Merek .....	50
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan .....	51
Tabel 4.7 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kecintaan Merek.....	52
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Minat Beli.....	52
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> .....	55
Tabel 4.10 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> (Modifikasi).....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) (Modifikasi).....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Cross Loading</i> ).....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> ( <i>Fornell Larcker Critetion</i> ) .....	61
Tabel 4.16 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i> .....	63
Tabel 4.17 Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	63
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis .....	65

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS .....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping .....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar 4.1 Hasil Algoritma PLS .....</b>	<b>104</b>
<b>Gambar 4.2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi) .....</b>	<b>106</b>
<b>Gambar 4.3 Hasil Uji Bootstrapping .....</b>	<b>109</b>



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I : Kuesioner .....	78
Lampiran II : Tabulasi Jawaban Responden.....	84
Lampiran III : <i>Output</i> SPSS.....	100
Lampiran IV: <i>Output Smart</i> PLS.....	104



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA