

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
FRESTEA  
SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
AHMAD RIAN BUCHORY  
43119010398**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS  
MERCUBUANA JAKARTA  
2023**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *BRAND TRUST* DAN KUALITAS  
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
FRESTEA**

**(Studi pada Produk Frestea)**

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



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Nama : Ahmad Rian Buchory  
NIM : 43119010398

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Rian Buchory

Nim : 43119010398

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 sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 01 Juni 2022



Ahmad Rian Buchory

Nim : 43119010398

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Rian Buchory  
NIM : 43119010398  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Frestea  
Tanggal Sidang : 13 Maret 2024

Disahkan oleh :

Pembimbing



Andriansyah Bachtillah Putra, 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

LPTA 04244064



Please Scan QRCode to [Verify](#)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk Frestea. Subjek pada penelitian ini adalah konsumen yang sebelumnya pernah membeli produk Frestea. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 160 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah Smart Pls. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara parsial didapatkan hasil yaitu adanya pengaruh positif yang signifikan pada *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian, *Brand Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, *Brand Trust*, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian Frestea

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Brand Image, Brand Trust and Product Quality on Purchase Decisions for Frestea products. The subjects in this research were consumers who had previously purchased Frestea products. The sample used in this research was 160 respondents. The sampling technique uses purposive sampling using a quantitative descriptive approach. The data analysis used is Smart PLS. The research results show that Brand Image has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Brand Trust has a positive and significant effect on Purchasing Decisions and Product Quality has a positive and significant effect on Purchasing Decisions. Partially, the results obtained are that there is a significant positive influence on Brand Image on Purchasing Decisions, Brand Trust has a positive and significant influence on Purchasing Decisions and Product Quality has a positive and significant influence on Purchasing Decisions.

*Keywords : Brand Image, Brand Trust, product quality, Buying Decision, Frestea*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## 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 *Brand Image*, *Brand Trust*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fresta”. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya, Bapak Andriansyah Bachtillah Putra, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya skripsi ini.

1. Bapak Prof. Dr. Andi Andriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
3. Bapak Dudi Permana Ph.D., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Universitas Mercu Buana
4. Andriansyah Bachtillah Putra, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan nasihat - nasihat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya proposal skripsi ini.

5. Ibu Dr. Daru Asih, M.Si selaku Dosen Mata Kuliah Metodologi Penelitian Pemasaran Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak ilmu yang tak ternilai.
6. Kedua orang tua Bapak dan Ibu yang telah memberikan doa dan dukungan serta material maupun moral yang tiada henti kepada penulis
7. Seluruh teman-teman dan pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima Kasih atas bantuan, motivasi serta do'anya.

Terlepas dari segala usaha yang telah dilakukan peneliti dalam penyelesaian ini, peneliti menyadari bahwa tidak luput dari kesalahan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun agar mampu meningkatkan kualitas skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 16 Juni 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Ahmad Rian Buchory



## 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 GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....</b>	<b>10</b>
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
2. Perilaku Konsumen .....	10
3. Keputusan Pembelian.....	11
4. <i>Brand Image</i> .....	13
5. <i>Brand Trust</i> .....	18
6. Kualitas Produk.....	21
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Pengembangan Hipotesis.....	31
1. Hubungan <i>Brand Image</i> dengan Keputusan Pembelian.....	31
2. Hubungan <i>Brand Trust</i> dengan Keputusan Pembelian .....	31
3. Hubungan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian.....	32
D. Kerangka Konseptual .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
A. Waktu Penelitian .....	34
B. Objek Penelitian .....	34

C. Populasi dan Sampel.....	34
1. Populasi Penelitian.....	34
2. Sampel.....	35
D. Teknik Pengumpulan Data .....	36
E. Definisi Operasional.....	36
1. Definisi Variabel .....	36
2. Operasionalisasi Variabel.....	37
F. Metode Analisis Data .....	39
1. Analisis Deskriptif .....	39
2. <i>Structural Equation Model - Partial Least Squares (SEM - PLS)</i> .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. Analisis Deskriptif.....	44
1. Dekripsi Responden .....	44
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	45
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	46
B. Deskripsi Variabel .....	46
a. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian .....	47
b. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Brand Image .....	47
c. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Brand Trust.....	48
d. Hasil Deskriptif Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Produk .....	49
C. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	50
1. Hasil Pengujian Pengukuran (Outer Model).....	50
2. Pengujian Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	57
D. Hasil.....	58
1. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian .....	58
2. Pengaruh Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian.....	59
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>62</b>
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran .....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Minuman Teh dalam Kemasan .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4. 1 Hasil Algoritma PLS .....	51
Gambar 4. 2 Hasil Algoritma PLS (Modifikasi).....	53
Gambar 4. 3 Hasil Uji Bootstrapping.....	58



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Frestea.....	3
Tabel 1. 2 Top Brand Index Teh Kemasan Siap Minum di Indonesia Tahun 2019 – 2023 .....	3
Tabel 1. 3 Tabel Pra Survey.....	5
Tabel 2. 1 Model Perilaku Konsumen .....	12
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu .....	26
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	36
Tabel 3. 2 Pengertian Operasional Variabel Keputusan Pembelian .....	37
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Brand Image.....	38
Tabel 3. 4 Operasional Variabel Brand Trust .....	38
Tabel 3. 5 Operasional Variabel Kualitas Produk .....	39
Tabel 3. 6 Pengukuran Validitas Konvergen .....	41
Tabel 3. 7 Pengukuran Validitas Diskriminan.....	42
Tabel 3. 8 Penilaian Reliabilitas .....	42
Tabel 3. 9 Penilaian R-Square .....	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	46
Tabel 4. 5 Uji Deskriptif Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4. 6 Uji Deskriptif Kuesioner Variabel Brand Image.....	48
Tabel 4. 7 Uji Deskriptif Kuesioner Variabel Brand Trust.....	48
Tabel 4. 8 Uji Deskriptif Kuesioner Variabel Kualitas Produk.....	49
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Convergent Validity .....	50
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Convergent Validity (Modifikasi) .....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Discriminant Validity (cross loading).....	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE).....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Discriminant Validity (Fornell Larcker Criterion).....	56
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach’s Alpha.....	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji Nilai R-Square ( $R^2$ ) .....	57
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Bootstrapping .....	58

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	46
Lampiran 2 Jawaban Responden .....	72
Lampiran 3 Hasil Output SPSS .....	92
Lampiran 4 Hasil Output Smart PLS .....	96

