

**KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI PEMEDIASI PADA PENGARUH
CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI**

(Studi Kasus Pada *Legend Cafe*)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

FERAL PRIMAYUDA

NIM: 1700011158

MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

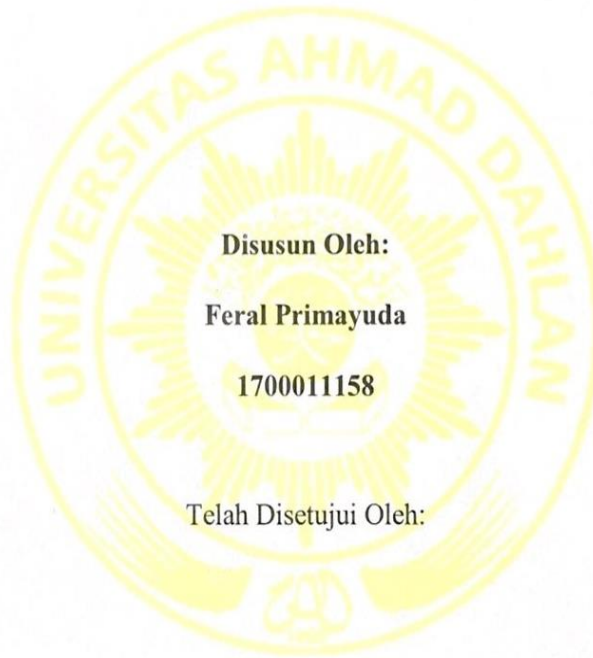
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

**KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI PEMEDIASI PADA
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI**



Disusun Oleh:

Feral Primayuda

1700011158

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing,



Candra Vionela Merdiana, S.E., M.Sc.

Tanggal, 13 Maret 2023

NIY : 60150806

HALAMAN PENGESAHAN

**KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI PEMEDIASI PADA PENGARUH CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI**

Disusun Oleh:

Feral Primayuda

NIM : 1700011158

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan Dewan Penguji

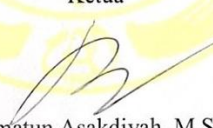
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

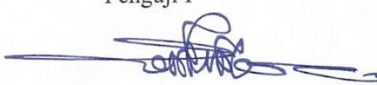
Tanggal: 13 Maret 2023

Yang terdiri dari:

Ketua


Dr. Salamatun Asakdiyah, M.Si.

Penguji I


Desta Rizky Kusuma, S.E., M.Sc

Penguji II


Candra Vionela Merdiana, S.E., M.Sc

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ahmad Dahlan


Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si
NIY : 60960144

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **"KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI PEMEDIASI PADA PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI"** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melaksanakan hal-hal tersebut di atas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya gugur.

Yogyakarta, 13 Maret 2023

Yang Menyatakan,

Feral Primayuda

NIM 1700011158

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



Dr. Salamatun Asakdiyah, M.Si

Saksi 2, Anggota Tim Penguji



Desta Rizky Kusuma, S.E., M.Sc

Saksi 3, Anggota Tim Penguji



Candra Vionela Merdiana, S.E., M.Sc

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Feral Primayuda

NIM : 1700011158

Email : Feral1700011158@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **"KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI PEMEDIASI
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT
BELI".**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan maupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 13 Maret 2023

Feral Primayuda

NIM 1700011158

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Feral Primayuda

NIM : 1700011158

Email : feral1700011158@webmail.uad.ac.id

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Judul Tugas Akhir : **"KEPERCAYAAN KONSUMEN SEBAGAI PEMEDIASI PADA
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI"**.

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak):



Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Respository
Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 13 Maret 2023

Feral Primayuda

NIM 1700011158

Mengetahui
Pembimbing

Candra Vionela Merdiana, S.E., M.Sc.

NIY : 60150806

KATA PENGANTAR

Puji syukur terhadap Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi guna memperoleh gelar S-1. Shalawat dan salam selalu kita limpahkan kepada Rasulullah SAW serta para sahabatnya, semoga kita diberikan rahmat dan karunianya di akhirat kelak. Penelitian mengenai Kepercayaan Konsumen sebagai Pemediasi Pada Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli (Studi Kasus pada Legend Café).

Dalam penyusunan skripsi ini, tentu tak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait itu diantaranya sebagai berikut:

1. Bapak Dr. Muchlas Arkanuddin, M.T selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta.
4. Ibu Candra Vionela M., S.E., M.Sc selaku dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan bimbingan, semangat, dan motivasi agar segera menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan target.

5. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama duduk dibangku kuliah.
6. Keluarga tercinta, ayah, ibu, dan kakak, yang selalu memberikan do'a, nasehat, dukungan, dan motivasi.
7. Teman-teman seperjuangan yang selalu berbagi ilmu dan pengetahuan, memberi semangat dan dukungan.

penyusunan skripsi ini telah dilakukan dengan sebaik-baiknya, namun masih terdapat banyak kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini memberikan manfaat bagi semua pihak.

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Q.S. Al – Insyirah:5)

PERSEMBAHAN

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya serta petunjuk dan nikmat yang luar biasa dalam melewati segala proses dalam kehidupan sehingga penulis sampai pada titik ini menyelesaikan tugas akhir. Tidak lupa penulis sampaikan banyak terima kasih yang telah memberikan banyak dukungan, motivasi terhadap penulis. Untuk itu Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Imran dan Kusmiaty selaku orang tua saya, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, cinta, kasih sayang yang selalu tercurah tanpa henti sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Aditya Ferditama kakak saya yang selalu memberikan doa dan semangat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
3. Fajar, erdo, Adit, Iqbal, Bobi, selaku teman dekat saya yang sudah bersedia berjuang bersama saling mendukung untuk menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
MOTTO	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan penelitian ini adalah	10
D. Manfaat penelitian.....	10
BAB II.....	12
LANDASAN TEORI	12
A. Kajian Teori	12
1. Minat Beli	12
2. Citra Merek.....	17
3. Kepercayaan Konsumen.....	21
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Pengembangan Hipotesis	31
1. Pengaruh citra merek terhadap minat beli	31
2. Pengaruh citra merek terhadap minat beli yang dimediasi oleh kepercayaan konsumen	32
D. Model Penelitian	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN.....	34
A. Populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel.....	34

1. Populasi	34
2. Sampel	34
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
B. Jenis dan Sumber Data	36
1. Jenis Penelitian	36
2. Sumber data	36
C. Teknik pengumpulan data	37
D. Skala pengukuran	37
E. Definisi operasional variabel	38
1. Variabel Independent (Variabel X)	38
2. Variabel Dependen	39
3. Variabel mediasi	40
F. Uji Instrument	40
1. Uji Validitas Data	40
2. Uji Reliabilitas.....	41
G. Metode Analisa Data.....	42
1. Analisis Deskriptif.....	42
2. Uji Regresi Linear Berganda.....	42
3. Pengujian Hipotesis	43
4. Uji Koefisien Determinasi.....	45
BAB IV	46
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	46
A. Deskriptif Responden.....	46
B. Hasil Penelitian (Uji Instrumen)	50
1. Uji Validitas	50
2. Uji Reliabilitas.....	58
C. HASIL PENELITIAN (UJI HIPOTESIS)	59
1. Analisis Linear Berganda	59
2. Uji t (Parsial)	61
3. Uji Mediasi	62

4. Koefisien Determinasi (R^2)	64
D. Pembahasan.....	65
BAB V	67
PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Keterbatasan Penelitian.....	67
C. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN 1	75
KUESIONER RESPONDEN	75
LAMPIRAN 2.....	81
TABULASI DATA.....	81
LAMPIRAN 3	94
UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS	94
LAMPIRAN 4.....	105
Uji Linear Berganda, Uji t, Uji Mediasi, dan Uji Koefisien Determinasi (R^2)	105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu	26
Tabel 4. 1 Jumlah Data Responden.....	46
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden.....	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Nilai KMO Minat Beli (Y) tahap pertama	51
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y) tahap pertama	51
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas nilai KMO minat beli (Y) Tahap Akhir (dua).....	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas minat beli (Y) Tahap Akhir (dua)	52
Tabel 4. 7 Hasil Uji Nilai KMO Pengaruh citra merek (X) tahap pertama	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Store Atmosphere (X) tahap pertama.....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas nilai KMO citra merek (X) Tahap Akhir (Kedua)	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas citra merek (X) Tahap Akhir (Kedua).....	55
Tabel 4. 11 Hasil uji Nilai KMO kepercayaan konsumen (M)	56
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas kepercayaan konsumen (M)	56
Tabel 4. 13 Hasil Kesimpulan Uji Validitas	57
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas seluruh variabel	58
Tabel 4. 15 Hasil Uji regresi Linear Berganda	59
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (t)	61
Tabel 4. 17 Hasil Uji Mediasi	62
Tabel 4. 18 Koefisien Determinasi.....	64
Tabel 4. 19 Koefisien Determinasi.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tampilan Depan Legend Cafe.....	8
Gambar 1. 2 Produk Legend Cafe.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Pikir.....	33

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif citra merek terhadap minat beli dan untuk mengetahui kepercayaan konsumen dalam memediasi pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen Legend café. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 160 responden yang ditentukan dengan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden pada penelitian ini adalah berusia minimal 17 tahun keatas dan telah atau pernah berkunjung ke Legend Café Jogja. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang disebarkan menggunakan *google form*. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji *Confirmatory Factor Analisis (CFA)* dan analisis faktor *Kaiser-Mayer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* dengan bantuan program SPSS 25. Hasil dari analisis yang telah dilakukan yaitu citra merek (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) serta kepercayaan konsumen (M) memediasi pengaruh variabel citra merek (X) terhadap variabel minat beli (Y) pada *legend café*.

Kata Kunci: Kepercayaan Konsumen, Citra Merek, Minat Beli