

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi pada Konsumen Wanita Toko Jolie)**

***INFLUENCE OF BRAND PERSONALITY AND BRAND TRUST TO
PURCHASE DECISION
(Study on Woman Consumer of Jolie Shop)***

Diajukan Oleh

**WAHYU SAPUTRA BAHAR
20150410314**



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Retno Widowati PA, M.Si., Ph.D.
NIK: 19630407 199103 2 001

Tanggal 26 Desember 2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Wahyu Saputra Bahar

Nomor Mahasiswa : 20150410314

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“Pengaruh Kepribadian Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Wanita Toko Jolie)”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 28 Januari 2019



Wahyu Saputra Bahar

MOTTO

*“SELALU BERUSAHA
DAN PANTANG MENYERAH MENGHADAPI RINTANGAN
DALAM MENGGAPAI IMPIAN
KARENA SESUNGGUHNYA KEKUATAN BESARMU HANYALAH
ENKAU DAN ALLAH YANG TAHU”.*

*“SESUNGGUHNYA ALLAH TIDAK AKAN MENGUBAH
KEADAAN SUATU KAUM SEBELUM
MEREKA MENGUBAH KEADAAN DIRI MEREKA SENDIRI”.*

(QS. AR-RA'D:11)

PERSEMBAHAN :

Karya tulis skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua Orang Tua yang jasanya tidak ternilai oleh penulis.
2. Teman-teman seangkatan Manajemen 2015 yang penulis sayangi dan banggakan.
3. Semua teman-teman yang mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi.
4. Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar membimbing penulis.
5. Seluruh pihak yang telah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antar variabel kepribadian merek terhadap keputusan pembelian, kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian, kepribadian merek terhadap kepercayaan merek dan kepribadian merek terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan merek sebagai variabel *intervening*.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner online dengan jumlah sampel 165 responden dengan teknik *purposive sampling non random sampling* dengan metode *Structural Equation Modeling* yang diolah menggunakan program AMOS 22.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepribadian merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kepercayaan merek tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kepribadian merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan merek, dan kepribadian merek tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan merek.

Kata Kunci : Kepribadian Merek, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of brand personality variables on purchasing decisions, brand trust in purchasing decisions, brand personality on brand trust and brand personality on purchasing decisions through brand trust as an intervening variable.

This research was conducted by distributing online questionnaires with a sample of 165 respondents with a non-random sampling purposive sampling technique using the Structural Equation Modeling method which was processed using the AMOS Ver. 22.0 program.

The results of this study indicate that brand personality has a significant positive effect on purchasing decisions, brand trust does not have a significant positive effect on purchasing decisions, brand personality has a significant positive effect on brand trust, and brand personality does not have a significant positive effect on purchasing decisions through brand trust.

Keywords: Brand Personality, Brand Trust, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur atas kehadiran Allah subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan pembuatan laporan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Kepribadian Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian” (studi pada konsumen wanita toko Jolie).

Dalam penyusunan penulisan skripsi ini penulis telah berusaha sebaik-baiknya, akan tetapi dikarenakan keterbatasan penulis, maka penulis memohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, baik dalam susunan kata, kalimat maupun sistematika pembahasan yang terdapat pada skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan penelitian berikutnya.

Selayaknya sebuah karya tulis penelitian, pasti selalu ada perkembangan dan modifikasi yang terus berubah di pada tiap masanya maka karya tulis skripsi ini juga membutuhkan pengembangan apabila sekiranya terdapat hal-hal baru yang lebih baik untuk ditambahkan.

Terwujudnya skripsi ini juga tidak lepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan izin penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Rizal Yaya, Ph.D., M.Sc., AK., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memimpin fakultas tempat penulis menuntut ilmu.

3. Ibu Retno Widowati, PA, M.Si, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus menjadi Dosen Pembimbing skripsi yang selalu sabar dalam membimbing penulis.
4. Segenap Dosen Pengajar di Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah menjadi guru tempat penulis menuntut ilmu.
5. Staff Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah berjasa mengarahkan program yang ada di staff prodi Manajemen.
6. Staff Laboratorium Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah berjasa mengarahkan program yang ada di laboratorium prodi Manajemen.
7. Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah berjasa mengarahkan dan membantu terkait penyelenggaraan perkuliahan penulis.
8. Seluruh rekan mahasiswa/i Program Studi Manajemen 2015, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang selalu mendukung selama masa perkuliahan maupun proses pembuatan skripsi berlangsung.
9. Semua pihak yang telah membantu penulis, yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu kepada para pembaca. Semoga pihak-pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini dapat dibalas dengan banyak-banyak kebaikan. Amin ya Rabbal'alam.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 26 Desember 2018

Penulis

Wahyu Saputra Bahar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
1. Manfaat teoritis.....	4
2. Manfaat praktik.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori	5
1. Kepribadian Merek	5
2. Kepercayaan Merek	7
3. Keputusan Pembelian	7
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
C. Penurunan Hipotesis	16
1. Pengaruh Kepribadian Merek terhadap Keputusan Pembelian	16
2. Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	17
3. Pengaruh Kepribadian Merek terhadap Kepercayaan Merek	18
4. Pengaruh Kepribadian Merek terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek	19
D. Model Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Obyek dan Subyek Penelitian	22
1. Obyek Penelitian.....	22
2. Subyek penelitian	22
B. Jenis Data.....	23
C. Teknik Pengambilan Sampel	23
D. Teknik Pengumpulan Data.....	23
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian	24
F. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	28
G. Uji Hipotesis dan Analisa Data	29

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian	36
1. Obyek penelitian.....	36
2. Subyek penelitian	36
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data.....	39
1. Uji Validitas.....	40
2. Uji Reliabilitas	45
3. Kesimpulan Uji Instrumen	48
C. Hasil Penelitian.....	49
D. Pembahasan	63
1. Kepribadian Merek terhadap Keputusan Pembelian	63
2. Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	64
3. Kepribadian Merek terhadap Kepercayaan Merek	65
4. Kepribadian Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Merek	66
BAB V SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN	68
A. Simpulan.....	68
B. Keterbatasan Penelitian.....	69
C. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu	10
4.1. Karakteristik Koresponden Berdasarkan Usia.....	37
4.2. Karakteristik Koresponden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.3. Karakteristik Koresponden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	39
4.4. Hasil Uji CFA Keputusan Pembelian Pertama.....	41
4.5. Hasil Uji CFA Keputusan Pembelian Kedua	42
4.6. Hasil Uji CFA Kepribadian Merek.....	42
4.7. Hasil Uji CFA Kepercayaan Merek Pertama.....	43
4.8. Hasil Uji CFA Kepercayaan Merek Kedua	44
4.9. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	45
4.10. Hasil Uji Reliabilitas Kepribadian Merek	46
4.11. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek	47
4.12. Perhitungan <i>Degree of Freedom</i>	52
4.13. Penilaian Normalitas Data.....	53
4.14. Pengamatan Data <i>Outliers</i>	55
4.15. <i>Goodness of Fit Index</i>	57
4.16. Hasil <i>Output Regression Weight</i>	58
4.17. Hasil <i>Standardized Direct Effects</i>	59
4.19. Hasil <i>Standardized Indirect Effects</i>	60
4.22. Hasil Uji Hipotesis.....	60

DAFTAR GAMBAR

2.1. Dimensi Kepribadian Merek.....	7
2.2. Model Penelitian.....	20
4.1. Permodelan SEM	50
4.2. Nilai Batas <i>Outliers</i>	55
4.3. Output Permodelan SEM.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner <i>Pre-Test</i> (Uji Instrumen)	75
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	79
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas/CFA	82
Lampiran 4 Hasil Uji <i>Outliers</i>	84
Lampiran 5 Hasil Uji <i>Goodness of Fit</i>	87
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis.....	93