

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER DI PURWOKERTO**



SKRIPSI

**Mohamad Ifan Yunus
1402010156**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER DI PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

**Mohamad Ifan Yunus
1402010156**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO
2021**

**PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN
KEPUASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK EIGER DI PURWOKERTO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Oleh:

**Mohamad Ifan Yunus
1402010156**

Diperiksa dan disetujui oleh:
Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'M Agung Miftahuddin', is written over the name and NIK of the supervisor.

**M Agung Miftahuddin, SE., M.Si
NIK. 2160159**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditujukan oleh:

Nama : Mohamad Ifan Yunus
NIM : 1402010156
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Laporan : Pengaruh Iklan, Citra Merek, Kepercayaan dan
Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Eiger di Kota Purwokerto

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

Ketua : M Agung Miftahuddin, SE., M.Si
Anggota 1 : Arini Hidayah, SE., M.Si
Anggota 2 : Yudhistira Pradhirta Aryoko, SE., MM

()
()
()

Ditetapkan di : Purwokerto
Tanggal : 09 Agustus 2021

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Hj. Naolati Tubastuvi, S.E., M.Si.
NIK. 2160187

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohamad Ifan Yunus

NIM : 1402010156

Program Studi : Manajemen SI

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto,

menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah hasil karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, Agustus 2021

Yang membuat pernyataan



Mohamad Ifan Yunus

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mohamad Ifan Yunus
NIM : 1402010156
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Jenis karya : Skripsi

Menyetujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Iklan, Citra Merek, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger dikota Purwokerto”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan mengalih media/mengalih informasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 09 Agustus 2021



Yang menyatakan
Mohamad Ifan Yunus



MOTTO

“life must go on”



PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

Orang tua saya Bapak Usman dan Ibu Sri Purwatiningsih

Tercinta sebagai tanda sayang, hormat, bakti, dan terimakasih

Yang tidak terhingga atas kasih sayang, kerja keras dan

Doa yang telah diberikan selama ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ns Jebul Suroso S.Kp., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Hj. Naelati Tubastuvi, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
3. Drs. Suyoto, M.Si, selaku Kaprodi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. M Agung Miftahuddin, SE., M.Si selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi sesuai dengan apa yang diharapkan.
5. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku dosen penguji I dan Yudhistira Pradhipta Aryoko, SE., MM, selaku dosen penguji II yang selalu memberikan saran yang sangat membangun sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
6. Bapak/Ibu dosen, seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada dibangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
7. Untuk kedua orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan material dan moral, serta doa sehingga penulis selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.

Terimakasih Papah Usman dan Mamah Sri atas supportnya sehingga penulisan skripsi ini bisa selesai sesuai yang diharapkan.

8. Untuk kakak tercinta Mba Pitrana Qulsum Prilinda terimakasih atas dukungan dan selalu memberikan semangat, perhatian dan motivasi.
9. Seluruh teman-teman khususnya Rosi Setiyawati, S.E terimakasih banyak atas dukungan, doa dan selalu memberikan semangat dalam mengerjakan skripsi.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Purwokerto, 09 Agustus 2021

Penulis,

Mohamad Ifan Yunus

PENGARUH IKLAN, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EIGER DI PURWOKERTO

Mohamad Ifan Yunus¹
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
ifanyunus@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
muchammadagungm@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh iklan, citra merek, kepercayaan dan kepuasan terhadap keputusan pembelian produk Eiger di Purwokerto. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel non probability dengan cara *purposive sampling* adalah metode penetapan sampel dengan berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Sampel penelitian ini sebesar 110 responden. Melalui analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan secara simultan variabel iklan, citra merek, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel iklan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Iklan, Citra Merek, Kepercayaan, Kepuasan, Keputusan Pembelian

**THE EFFECT OF ADVERTISING, BRAND IMAGE, TRUST,
AND SATISFACTION ON PURCHASE DECISIONS OF EIGER
PRODUCT IN PURWOKERTO**

Mohamad Ifan Yunus¹

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: ifanyunus@gmail.com

M. Agung Miftahuddin²

Faculty of Economics and Business
Universitas Muhammadiyah Purwokerto
E-mail: muchammadagungm@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of advertising, brand image, trust, and satisfaction on purchasing decisions. The type of this study was quantitative research. The sampling technique used in this study was non-probability sampling techniques that generated 110 respondents. The analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis. Based on the simultaneous analysis, the results showed that advertising, brand image, trust, and satisfaction have an effect on purchasing decisions. While based on the partial analysis, the results showed that advertising, brand image, trust, and satisfaction has a significant and positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Advertisement, Brand Image, Trust, Satisfaction, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	Error! Bookmark not defined.
SKRIPSI KEPENTINGAN AKADEMIS	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Keputusan Pembelian.....	9
B. Iklan.....	13
C. Citra Merek	18
D. Kepercayaan.....	20
E. Kepuasan	22
F. Penelitian Terdahulu	23
G. Kerangka Pemikiran.....	26
H. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Populasi dan Sampel	31
C. Metode Pengumpulan Data	33
D. Variabel Penelitian	34
E. Definisi Operasional Variabel.....	34
F. Metode Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47

B. Response Rate	49
C. Analisa Statistik Deskriptif	53
D. Uji Instrumen Penelitian	60
E. Uji Asumsi Klasik	65
F. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
G. Uji kecocokan Model	69
H. Uji Hipotesis.....	72
I. Pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Keterbatasan Penelitian.....	89
C. Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN PENELITIAN.....	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 3. 1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	43
Gambar 3. 2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua	44
Gambar 3. 3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	45
Gambar 3. 4 Kurva Uji t Hipotesis Ke Empat	46
Gambar 3. 5 Kurva Uji t Hipotesis Ke Lima	46
Gambar 4. 1 Kurva Uji F.....	72
Gambar 4. 2 Hasil Pengujian Hipotesis Kedua.....	73
Gambar 4. 3 Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga.....	74
Gambar 4. 4 Hasil Pengujian Hipotesis Keempat.....	75
Gambar 4. 5 Hasil Pengujian Hipotesis Kelima.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 (7 perlengkapan <i>outdoor</i> favorit di Indonesia tahun 2020).....	2
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4. 1 Tingkat Pengembalian Kuesioner	49
Tabel 4. 2 Gambaran Umum Responden	50
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Iklan.....	54
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek	55
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepercayaan.....	56
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Kepuasan	57
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan (X1)	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2).....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X3)	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (X4).....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolonieritas	66
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 4. 17 Hasil Analisis regresi Linier Berganda	68
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	70
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	71
Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis	76
Tabel 4. 21 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Keputusan Pembelian....	78
Tabel 4. 22 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Iklan.....	80
Tabel 4. 23 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Citra Merek	82
Tabel 4. 24 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Kepercayaan.....	84
Tabel 4. 25 Nilai Rata-Rata Butir Pernyataan Variabel Kepuasan	87

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	96
Lampiran 2: Biodata Responden.....	103
Lampiran 3: Hasil statistik deskriptif analisis responden	111
Lampiran 4: Hasil Analisis Statistik Deskriptif	113
Lampiran 5: Tabulasi Kuesioner.....	115
Lampiran 6: Uji Validitas Variabel Iklan.....	130
Lampiran 7: Uji Reliabilitas Variabel Iklan.....	135
Lampiran 8: Uji Asumsi Klasik	137
Lampiran 9: Uji Regresi Linier Berganda.....	139
Lampiran 10: Uji Koefisien Determinasi.....	139
Lampiran 11: Uji F.....	140
Lampiran 12: Uji t.....	140
Lampiran 13: R Tabel	141
lampiran 14: F Tabel.....	126
Lampiran 15: T Tabel.....	127