



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE DENGAN VARIABEL KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria
Kudus)**

Oleh :

DEVI AYU TRI ANGGRAINI

201811304

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**



**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE DENGAN VARIABEL KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria
Kudus)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

DEVI AYU TRI ANGGRAINI

201811304

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2023**

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE DENGAN VARIABEL KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Pada Mahasiswa SI Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria
Kudus)**

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

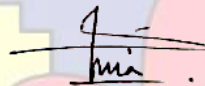
01, Januari 2023

Dosen Pembimbing I



(Sutono, SE, MM, Ph.D)
NIDN. 0626017003

Dosen Pembimbing II



(Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA)
NIDN. 0601058303

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Nurul Rizka Arumsari, SE, MM
NIDN. 0628048702

ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE DENGAN VARIABEL KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria
Kudus)

Nama : Devi Ayu Tri Anggraini
NIM : 201811304
Program Studi : Manajajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 21 Februari 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi



(Nurul Rizka Arumsari, SE, MM)
NIDN. 0628048702

Pembimbing I



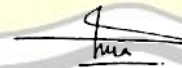
(Sutono, SE, MM, Ph.D)
NIDN. 0626017003

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



(Dr. Kartati Sumekar, SE, MM)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II



(Mia Ajeng Alifiana, SE, MBA)
NIDN. 0601058303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu.

Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu,

Dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu.

Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

QS. AL-BAQARAH: 126

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

QS. AL-INSYIRAH: 6

Persembahan :

Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai dan sayangi.

Saudaraku tersayang.

Teman-teman saya yang telah mendukung serta membantu saya.

Almamater Universitas Muria Kudus.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Dengan Variabel Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus)”**. Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi syarat akademi untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) Universitas Muria Kudus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan, dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak tugas akhir skripsi ini tidak akan bisa terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus
3. Nurul Rizka Arumsari., SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Sutono, SE., MM., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.

5. Mia Ajeng Alifiana, SE., MBA., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, arahan, masukan dan konsultasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh jajaran dosen pengajar dan staff karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus atas bekal ilmu, bantuan pelayanan dan kerjasamanya selama perkuliahan hingga sampai saat ini.
7. Kedua orang tua tercinta dan saudaraku serta keluarga besar penulis. Terimakasih untuk doa dan dukungan baik material maupun nonmaterial.
8. Seluruh teman-teman Mahasiswa FEB UMK yang mau berpartisipasi dalam skripsi ini

Penulis menyadari bahwa penulisan dalam skripsi ini tidaklah sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak masih diperlukan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan pengetahuan bagi para pembaca dan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Kudus, 01 Januari 2023

Penulis

Devi Ayu Tri Anggraini

NIM. 201811304

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SMARTPHONE IPHONE DENGAN VARIABEL KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria
Kudus)**

DEVI AYU TRI ANGGRAINI

201811304

Pembimbing : 1. SUTONO, SE, MM, Ph.D

2. MIA AJENG ALIFIANA, SE, MBA

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

ABSTRAKSI

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek, kesadaran merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone iphone dengan variabel kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa feb umk yang menggunakan smartphone iphone, dengan jumlah sampel sebesar 125 responden. Analisis data yang digunakan (SEM) *Structural Equation Modeling* yang di operasikan melalui program AMOS 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) citra merek dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepercayaan, sedangkan kesadaran merek berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan. (2) citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kesadaran merek dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (3) kepercayaan tidak dapat memediasi pengaruh citra merek, kesadaran merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : citra merek, kesadaran merek, kualitas produk, kepercayaan, keputusan pembelian.

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, BRAND
AWARENESS AND PRODUCT QUALITY ON IPHONE SMARTPHONE
PURCHASE DECISIONS WITH TRUST VARIABLES AS MEDIATION
VARIABLES***

**(Study on Students of the Faculty of Economics and Business, Muria Kudus
University)**

DEVI AYU TRI ANGGRAINI

201811304

Pembimbing : 1. SUTONO, SE, MM, Ph.D

2. MIA AJENG ALIFIANA, SE, MBA

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY

PROGRAM

ABSTRACTION

This study aims to analyze the influence of brand image, brand awareness and product quality on iPhone smartphone purchasing decisions with trust as a mediating variable. This research uses quantitative methods. Data collection used a questionnaire using a purposive sampling technique, the population in this study were umk feb students who used iPhone smartphones, with a total sample of 125 respondents. Data analysis used (SEM) Structural Equation Modeling which was operated through the AMOS 24 program. The results showed that (1) brand image and product quality had no effect on trust, while brand awareness had a significant positive effect on trust. (2) brand image has a significant positive effect on purchasing decisions, while brand awareness and product quality have no effect on purchasing decisions. (3) trust cannot mediate the effect of brand image, brand awareness and product quality on purchasing decisions.

Keyword : brand image, brand awareness, product quality, trust, purchase decision.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACTION.....	viii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	15
1.3. Perumusan Masalah	15
1.4. Tujuan Penelitian	18
1.5. Manfaat Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1.1. Keputusan Pembelian	21
2.1.2. Kepercayaan	28
2.1.3. Kualitas Produk	32
2.1.4. Kesadaran Merek	34
2.1.5. Citra Merek	37
2.1.6. Pengaruh Antar Variabel	41
2.1.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	51
2.1.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	56
2.1.9. Hipotesis	57
BAB III METODE PENELITIAN	59
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	59
3.2.1. Variabel Penelitian	59
3.2.2. Definisi Operasional.....	60

3.3.	Jenis dan Sumber Data	63
3.3.1.	Jenis Data	63
3.3.2.	Sumber Data.....	63
3.4.	Populasi dan Sampel.....	64
3.4.1.	Populasi	64
3.4.2.	Sampel	64
3.5.	Pengumpulan Data.....	65
3.6.	Uji Instrumen Penelitian.....	66
3.6.1.	Uji Validitas.....	66
3.6.2.	Uji Reliabilitas	68
3.6.3.	Uji Normalitas.....	69
3.6.4.	Outlier	69
3.6.5.	Multikolinieritas	69
3.7.	Pengolahan Data	70
3.8.	Analisis Data.....	71
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	77
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	77
4.2.	Penyajian Data	78
4.2.1.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	78
4.2.2.	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	79
4.2.3.	Deskripsi Responden Berdasarkan Program Studi	80
4.2.4.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel	81
4.3.	Uji Instrumen.....	86
4.3.1.	Uji Validitas	86
4.3.2.	Uji Reliabilitas	89
4.3.3.	Uji Normalitas.....	90
4.3.4.	Outlier	91
4.3.5.	Multikolinieritas	92
4.4.	Analisis Data.....	93
4.4.1.	Analisis Konfirmatori.....	93
4.4.2.	Full Measurement	97
4.4.3.	Full Model	100

4.4.4.	Uji Hipotesis	101
4.5.	Pembahasan	106
4.5.1.	Citra Merek Terhadap Kepercayaan	106
4.5.2.	Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan	107
4.5.3.	Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan	108
4.5.4.	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	109
4.5.5.	Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian	110
4.5.6.	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	111
4.5.7.	Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	112
4.5.8.	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan	113
4.5.9.	Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan	114
4.5.10.	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan	115
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		119
5.1.	Kesimpulan.....	119
5.2.	Saran	120
DAFTAR PUSTAKA.....		123
LAMPIRAN		130

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3. 1 Goodness of Fit Indices.....	74
Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	79
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Progran Studi	80
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Citra Merek	81
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Kesadran Merek.....	82
Tabel 4. 6 Dskripsi Variabel Kualitas Produk	83
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Kepercayaan.....	84
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Convergent Validity	86
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Avaregae Variant Extracted	87
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Discriminant Validity	88
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas	89
Tabel 4. 13 Uji Normalitas	90
Tabel 4. 14 Uji Outlier	91
Tabel 4. 15 Hasil Uji Model Variabel Eksogen	94
Tabel 4. 16 Hasil Uji Variabel Endogen.....	96
Tabel 4. 17 Hasil Uji Model Goodness of Fit Full Measurement	98
Tabel 4. 18 Uji Model Goodness of Fit Full Measurement	99
Tabel 4. 19 Hasil Uji Hipotesis.....	101
Tabel 4. 20 Hasil Besar Total Effect.....	103
Tabel 4. 21 Square Multiple Correlation	105

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Keputusan Pembelian.....	4
Gambar 1. 2 Kepercayaan.....	6
Gambar 1. 3 Kualitas Produk.....	7
Gambar 1. 4 Kesadaran Merek.....	9
Gambar 1. 5 Citra Merek.....	10
Gambar 2. 1 Piramida Brand Awareness.....	35
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	57
Gambar 4. 1 Variabel Eksogen.....	93
Gambar 4. 2 Variabel Endogen.....	95
Gambar 4. 3 Full Measurement Sebelum Perbaikan.....	97
Gambar 4. 4 Full Measurement Sesudah Perbaikan.....	99
Gambar 4. 5 Full Model.....	100

