



**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN
MEREK, DAN POSITIONING MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN XI BO BA**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

EVANIA OKTAVIA DAMAYANTI
NIM. 202011489

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2024**



**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN
MEREK, DAN POSITIONING MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN XI BO BA**

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

Oleh:

EVANIA OKTAVIA DAMAYANTI
NIM. 202011489

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN MEREK,
DAN POSITIONING MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN XI BO BA**

Nama : Evania Oktavia Damayanti

NIM : 202011489

Program Studi : Manajemen

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

Kudus,

Pembimbing I

Pembimbing II


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0628048702


(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)

NIDN. 0615079303

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN MEREK,
DAN POSITIONING MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN XI BO BA**

Nama : Evania Oktavia Damayanti
NIM : 202011489
Program Studi : Manajemen

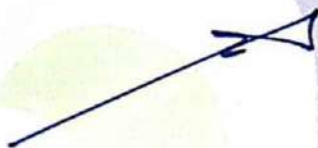
Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

2024

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)

NIDN. 0024037701

NIDN. 0628048702

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN. 0616077304


(Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Cara terbaik untuk memprediksi masa depan Anda adalah
dengan menciptakannya.”

– **Abraham Lincoln** –

“Pendidikan adalah senjata paling ampuh yang dapat
Anda gunakan untuk mengubah dunia.”

– **Nelson Mandela** –

“Jangan pernah menyerah pada mimpimu, impian dapat menjadi kenyataan jika
Anda mempercayainya dengan sepenuh hati.”

– **Walt Disney** –

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang
tua saya tercinta yang selalu mendoakan,
memberikan motivasi, bimbingan dan kasih
sayang yang tiada henti sampai saat ini,
Sehingga saya bisa sampai pada tahap di
mana saya bisa menyelesaikan skripsi saya
ini

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena anugerah-Nya yang besar, kebaikan dan kemurahan yang diberikan sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, dan Positioning Merek terhadap Keputusan Pembelian Xi Bo Ba”**. Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program Sarjana (S1) di Universitas Muria Kudus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena adanya segala keterbatasan yang ada. Penulis memahami tanpa bantuan, doa, dan bimbingan dari semua orang akan sangat sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya atas dukungan dan kontribusi kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para dosen dan staf pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Ayah, bunda, adik serta kakek dan nenek yang telah memberikan doa, kasih sayang dan dukungan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan selama kuliah Hapsari dan Michelle dan teman-teman saya yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan semangat kepada penulis.

Semoga Tuhan YME senantiasa melimpahkan rahmat-Nya selalu. Akhir kata, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. Amin.

Kudus, 2 Juli 2024

Penulis,



Evania Oktavia Damayanti
NIM 202011489

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KESADARAN, MEREK,
DAN POSITIONING MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN XI BO BA**

Evania Oktavia Damayanti
NIM 202011489

Pembimbing : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kepercayaan merek, kesadaran merek, dan positioning merek terhadap keputusan pembelian Xi Bo Ba. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Xi Bo Ba cabang Kudus yang berjumlah 100 responden dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner melalui *google form*. Teknik analisis data menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Xi Bo Ba, Kesadaran merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Xi Bo Ba, positioning merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Xi Bo Ba, dan kepercayaan merek, kesadaran merek, dan positioning merek secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Xi Bo Ba.

Kata kunci: Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, Positioning Merek, Keputusan Pembelian

***Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran, Merek, dan Positioning Merek
terhadap Keputusan Pembelian Xi Bo Ba***

Evania Oktavia Damayanti
NIM 202011489

Advisor : 1. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M.
2. Rhealin Hening Karatri, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMIS AND BUSINES PROGRAM OF
MANAGEMENT**

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of brand trust, brand awareness and brand positioning on purchasing decisions for Xi Bo Ba. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample was consumers who had made purchases at the Xi Bo Ba Kudus branch, totaling 100 respondents and sampling used a purposive sampling technique. The data collection technique uses a questionnaire method via Google Form. Data analysis techniques use SPSS. The research results show that brand trust has a positive and significant effect on Xi Bo Ba purchasing decisions, brand awareness has a positive and significant effect on Xi Bo Ba purchasing decisions, brand positioning has a positive effect on Xi Bo Ba purchasing decisions, and brand trust, brand awareness and brand positioning together they have a positive and significant effect on purchasing decisions for Xi Bo Ba.

Keywords: Brand Trust, Brand Awareness, Brand Positioning, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	9
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen Pemasaran.....	13
2.2 Keputusan Pembelian.....	14
2.3 Kepercayaan Merek.....	19
2.4 Kesadaran Merek.....	22
2.5 Positioning.....	27
2.6 Pengaruh Antar Variabel	29
2.7 Kerangka Pemikiran Teoritis	32
2.8 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Rancangan Penelitian	35
3.2 Variabel Penelitian	35

3.3	Definisi Operasional.....	36
3.4	Jenis dan Sumber Data	38
3.5	Populasi dan Sampel	38
3.6	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.7	Pengumpulan Data	41
3.8	Pengolahan Data.....	42
3.9	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.10	Uji Asumsi Klasik	44
3.11	Analisis Data	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.1	Sejarah Berdirinya Xi Bo Ba.....	50
4.1.2	Visi dan Misi	51
4.2	Profil Responden	51
4.2.1	Usia.....	52
4.2.2	Jenis Kelamin	52
4.2.3	Pendidikan Terakhir	53
4.2.4	Pekerjaan	53
4.2.5	Frekuensi Pembelian	54
4.3	Analisis Data	55
4.3.1	Uji Intrumental Penelitian	55
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	57
4.3.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.3.4	Uji Hipotesis.....	62
4.4	Pembahasan	65
4.4.1	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	65
4.4.2	Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian...	66
4.4.3	Pengaruh Positioning Merek terhadap Keputusan Pembelian..	67
4.4.4	Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, Positioning Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Hasil Top Brand Minuman Boba di Indonesia Tahun 2023	3
Tabel 4. 1 Usia	52
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin	52
Tabel 4. 3 Pendidikan Terakhir	53
Tabel 4. 4 Pekerjaan	54
Tabel 4. 5 Frekuensi Pembelian	54
Tabel 4. 6 Uji Validitas	55
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 8 Uji Normalitas	57
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4. 10 Uji Heteroskedastisitas	59
Tabel 4. 11 Uji Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4. 12 Uji t (Uji Parsial)	62
Tabel 4. 13 Uji F (Uji Simultan)	64
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek, dan Positioning Merek terhadap Keputusan Pembelian Xi Bo Ba	33



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2. Tabulasi Data Hasil Jawaban Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 3. Output Data SPSS	94
Lampiran 4. Tabel r.....	105
Lampiran 5. Tabel t.....	108
Lampiran 6. Tabel F.....	111
Lampiran 7. Data Kuesioner	114