

**PERAN MEDIASI ASOSIASI MEREK PADA
PENGARUH KESADARAN MEREK DAN CITRA
MEREK TERHADAP MINAT BELI KOPI DI
ARMATA COFFEE & TEA BAR**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Manajemen**



**Oleh
I Ketut Ananda Jaya
NIM 2117041267**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN
MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK MENCAPAI
GELAR SARJANA MANAJEMEN**



Skripsi oleh I Ketut Ananda Jaya ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 3 September 2025

Dewan penguji,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

(Ketua)



Made Putri Ariasih, S.Si., M.M.
NIP. 199112192022032010

(Anggota)

Gele Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA
NIP. 1982083120100121001

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen

Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 3 September 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis berjudul "Peran Mediasi Asosiasi Merek Pada Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Kopi di Armata Coffee & Tea Bar" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas Pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap karya saya ini.



Singaraja, 16 September 2025

Yang membuat pernyataan,

Ketut Ananda Jaya

NIM. 2117041267

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Peran Mediasi Asosiasi Merek Pada Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Kopi di Armata Coffee & Tea Bar“. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si. selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan serta masukan selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Made Putri Ariasih, S.Si., M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan, serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen yang ada di Jurusan Manajemen yang telah mendidik selama masa perkuliahan penulis.
8. Segenap staf dan karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi yang telah membantu dalam menyampaikan informasi dan memberikan pelayanan selama perkuliahan.
9. Segenap staf dan karyawan perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memberikan pelayanan peminjaman buku selama masa perkuliahan.

10. Kedua orang tua penulis, Bapak I Nyoman Arjana, S.E & Ibu Desak Ketut Rai Murtini yang telah memberikan dukungan tiada henti baik moril dan materil, serta memberikan doa, cinta, dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
11. Saudara penulis, kak aan, kak kori dan kak lia. Terimakasih sudah menyemangati penulis selama ini.
12. Pemilik NIM 2117041121 yang telah menjadi penyemangat penulis selama penyusunan skripsi ini. Meluangkan baik tenaga, waktu, pemikiran dan kesabaran, terimakasih untuk segala bentuk canda dan tawa yang hadir.
13. Teman-teman sepermainan penulis baik di kampung halaman maupun saat masa perkuliah terima kasih telah memberikan dukungan yang sangat berarti bagi penulis.
14. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang penulis miliki. Maka dari itu penulis mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini bisa bermanfaat dan berguna bagi para pembaca, khususnya bagi pengembangan dunia pendidikan.

Singaraja, 16 September 2025



Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penellitian	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
2.1 Deskripsi Teori	11
2.1.1 Minat Beli	11
2.1.2 Kesadaran Merek	14
2.1.3 Citra Merek	17
2.1.4 Asosiasi Merek.....	18
2.2 Kajian Hasil Penelitian Yang Relevan	21
2.3 Hubungan Antar Variabel	25
2.3.1 Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli	25
2.3.2 Hubungan Citra merek dan Minat Beli	26
2.3.3 Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Asosiasi Merek.....	26
2.3.4 Hubungan Citra Merek Terhadap Asosiasi Merek.....	27
2.3.5 Hubungan Asosiasi Merek Terhadap Minat Beli.....	28

2.3.6 Hubungan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Asosiasi Merek	29
2.3.7 Hubungan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Asosiasi Merek.....	29
2.4 Kerangka Berpikir	30
2.5 Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	32
3.2 Rancangan Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
3.3.1 Populasi Penelitian.....	33
3.3.2 Sampel Penelitian.....	33
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat.....	35
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas	40
3.5 Metode dan Teknik Analisis Data	46
3.6 Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	47
3.6.1 Uji Validitas Konstruk	48
3.6.2 Uji Reliabilitas Konstruk	49
3.7 Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	50
3.7.1 <i>R-Square</i> (R^2).....	50
3.7.2 Pengujian Hipotesis.....	50
3.7.3 <i>Effect Size</i>	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Data	56
4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
4.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
4.1.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan	59
4.1.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Kopi	60

4.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	61
4.2.1 Uji Validitas Konstruk	62
4.2.2 Uji Reliabilitas Konstruk	65
4.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	66
4.3.1 Uji <i>R-square</i> (R^2)	67
4.3.2 Uji Hipotesis <i>Dirrect Effects</i>	68
4.3.3 Uji Hipotesis <i>Indirect Effects</i>	76
4.4 Uji Effect size (F-Square).....	81
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
4.5.1 Pengaruh Kesadaran Merek (X_1) Terhadap Minat Beli (Y).....	83
4.5.2 Pengaruh Citra Merek (X_2) Terhadap Minat Beli (Y)	86
4.5.3 Pengaruh Kesadaran Merek (X_1) Terhadap Asosiasi Merek (Z) 89	
4.5.4 Pengaruh Citra Merek (X_2) Terhadap Asosiasi Merek (Z)	92
4.5.5 Pengaruh Asosiasi Merek (Z) Terhadap Minat Beli (Y).....	95
4.5.6 Pengaruh Kesadaran Merek (X_1) Terhadap Minat Beli (Y) Dimediasi dengan Asosiasi Merek (Z).....	98
4.5.7 Pengaruh Citra Merek (X_2) Terhadap Minat Beli (Y) Dimediasi dengan Asosiasi Merek (Z)	101
4.6 Implikasi Penelitian	103
BAB V PENUTUP	106
5.1 Rangkuman.....	106
5.2 Simpulan.....	108
5.3 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	1122
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Terikat.....	36
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	37
Tabel 3.4 Nilai <i>Loading Factor</i>	39
Tabel 3.5 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	39
Tabel 3.6 Heterotrait-monotrait Ratio (HTMT).....	39
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Konstruksi.....	40
Tabel 3.8 Definisi Operasional Variabel Bebas.....	41
Tabel 3.9 Skala <i>Likert</i>	42
Tabel 3.10 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	42
Tabel 3.11 Nilai <i>Loading Factor</i>	44
Tabel 3.12 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	44
Tabel 3.13 <i>Heterotrait-monotrait Ratio</i> (HTMT).....	45
Tabel 3.14 Hasil Uji Reliabilitas Konstruksi.....	46
Tabel 3. 15 Penilaian <i>Variance Accounted For</i> (VAF).....	54
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan.....	59
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Kopi.....	60
Tabel 4.6 Nilai <i>Outer Loading</i>	63
Tabel 4.7 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	64
Tabel 4. 8 Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT).....	65
Tabel 4. 9 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	66
Tabel 4. 10 Nilai <i>R-squared</i> (R^2).....	68
Tabel 4. 11 Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i> (<i>Path Coefficients</i>).....	70

Tabel 4. 12 Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i> (<i>Path Coefficients</i> - CI).....	72
Tabel 4. 13 Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i> (<i>Spesific Indirect Effects</i>).....	77
Tabel 4. 14 Hasil Analisis <i>Bootstrapping</i> (<i>Spesific Indirect Effects</i> - CI).....	78
Tabel 4. 15 Hasil Uji <i>F Square</i> (<i>Effect Size</i>).....	82



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Penjualan Armata Coffee & Tea Bar.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 3. 1 Koefisien Jalur (<i>Path Coefficients</i>) <i>Direct Effect</i>	51
Gambar 4. 1 <i>Graphic Outer PLS-SEM Algorithm</i>	63
Gambar 4. 2 <i>Graphic Output Bootstrapping</i>	70



LAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01. Surat Permohonan Observasi.....	118
Lampiran 02. Kuisisioner.....	119
Lampiran 03. Data Ordinal Tahap Uji Instrumen (<i>Pilot Study</i>).....	124
Lampiran 04. Data Diri Responden Tahap Uji Instrumen (<i>Pilot Study</i>).....	126
Lampiran 05. Uji Validitas Instrumen (<i>Pilot Study</i>).....	127
Lampiran 06. Data Ordinal Responden Utama.....	129
Lampiran 07. Data Diri Responden Utama.....	136
Lampiran 08. <i>Graphic Output</i>	140
Lampiran 09. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	142
Lampiran 10. Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	143
Lampiran 11. Dokumentasi Kegiatan.....	145

