

**PENGARUH CITRA MEREK DAN *BRAND TRUST*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND*  
*SANITIZER* MEREK ANTIS DI PRODI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
SINGARAJA  
2021**

# SKRIPSI

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

**Menyetujui,**

Pembimbing I,



Gede Putu Agus Jaha Susila, S.E., MBA  
NIP. 198208312010121001

Pembimbing II,



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.  
NIP. 198505042015042001

Skripsi oleh Luh Putu Vaniraswasmi Asride Pramana ini  
telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 24 Februari 2021

Dewan Penguji



Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA  
NIP. 198208312010121001

(Ketua)



Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M.  
NIP. 198505042015042001

(Anggota)



Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.  
NIP. 198502202010121007

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha  
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Rabu  
Tanggal : 24 Februari 2021

Mengetahui,

Ketua Ujian

Sekretaris Ujian



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



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.  
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Pendidikan Ganesha



Dr. Gele Adi Xuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA  
NIP. 197906162002121003

## PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Citra Merek dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian *Hand Sanitizer* Merek Antis di Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau 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 keaslian karya saya ini.

Singaraja, 24 Februari 2021

Yang membuat pernyataan,

A 6000 Rupiah Indonesian postage stamp with a handwritten signature over it. The stamp features the text "METERAI TEMPEL" at the top, the number "72DADF029913385" in the middle, and "6000" at the bottom. The signature is written in black ink over the stamp.

Luh Putu Vaniraswasmi Asride Pramana  
NIM. 1717041110

## PRAKARTA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Merek Antis di Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

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

- (1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- (2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si, Ak., CA., CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- (3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E.,M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (4) Koman Krisna Hetyanda, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- (5) Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., MBA, selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, mengarahkan, dan memberikan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- (6) Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M., selaku Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk-petunjuk dan sumbangan pikiran dalam penyempurnaan skripsi ini.
- (7) Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- (8) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.

- (9) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
- (10) Teman-teman Prodi manajemen Angkatan 2017 yang sudah membantu dalam pengumpulan data untuk melakukan penelitian ini.
- (11) Kedua orang tua (I Ketut Yatma Pramana dan Vevy Indrawaty), dan Kedua Saudara (Adistiyani Laras Hati dan Made Djodi Ravandika Pramana) yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- (12) Para teman dan sahabatku, Indah Meliyanti, Indah Berliana, Intan Setyadewi, Jedi Airon, Cintya Devi, Dinda Ucike Dea, Cheribel, dan NLU juga teman-teman Manajemen yang turut memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
- (13) Kadek Chelsea Pramanaqu yang selalu memotivasi, memberi dukungan, dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
- (14) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Menyadari atas segala keterbatasan kemampuan penulis, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Singaraja, 8 Februari 2021

Penulis



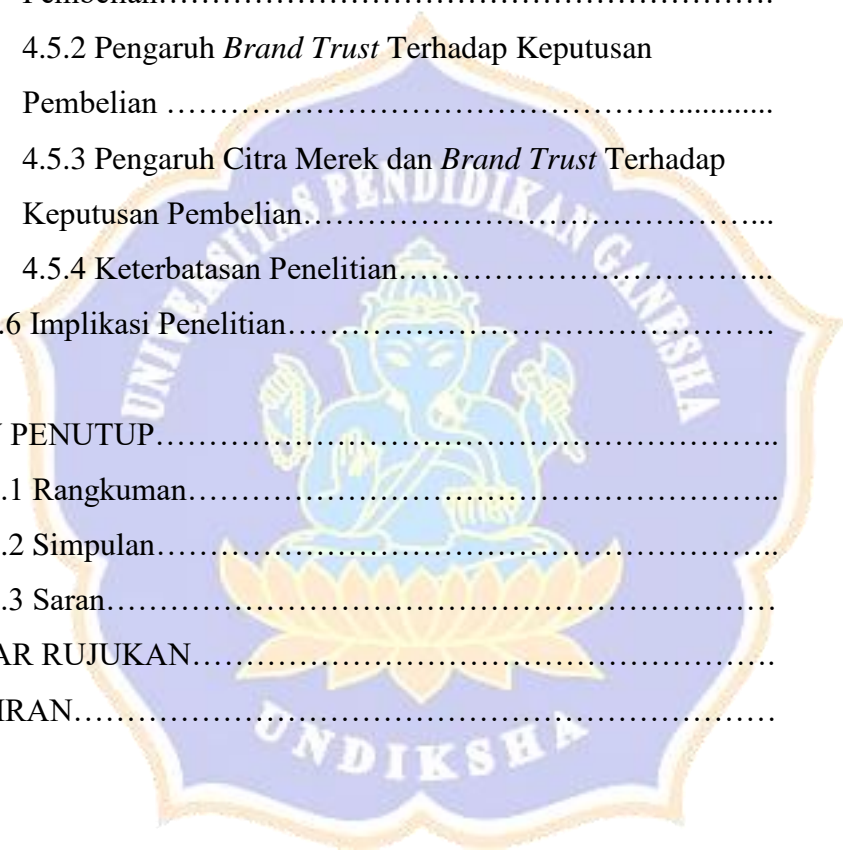
## DAFTAR ISI

|                                             | Halaman |
|---------------------------------------------|---------|
| PRAKATA.....                                | i       |
| ABSTRAK.....                                | iii     |
| DAFTAR ISI.....                             | iv      |
| DAFTAR TABEL.....                           | vii     |
| DAFTAR GAMBAR.....                          | viii    |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                        | ix      |
| <br>                                        |         |
| BAB I PENDAHULUAN.....                      | 1       |
| 1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....  | 1       |
| 1.2 Identifikasi Masalah.....               | 8       |
| 1.3 Pembatasan Masalah.....                 | 9       |
| 1.4 Rumusan Masalah.....                    | 9       |
| 1.5 Tujuan Penelitian.....                  | 9       |
| 1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....           | 10      |
| BAB II Kajian Pustaka.....                  | 11      |
| 2.1 Deskripsi Teoritis.....                 | 11      |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian.....              | 11      |
| 2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... | 11      |
| 2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....    | 12      |
| 2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....  | 15      |
| 2.1.2 Citra Merek.....                      | 16      |
| 2.1.2.1 Pengertian Citra Merek .....        | 16      |
| 2.1.2.2 Dimensi Citra Merek.....            | 16      |
| 2.1.2.3 Indikator Citra Merek.....          | 17      |
| 2.1.3 <i>Brand Trust</i> .....              | 18      |
| 2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Trust</i> ..... | 18      |



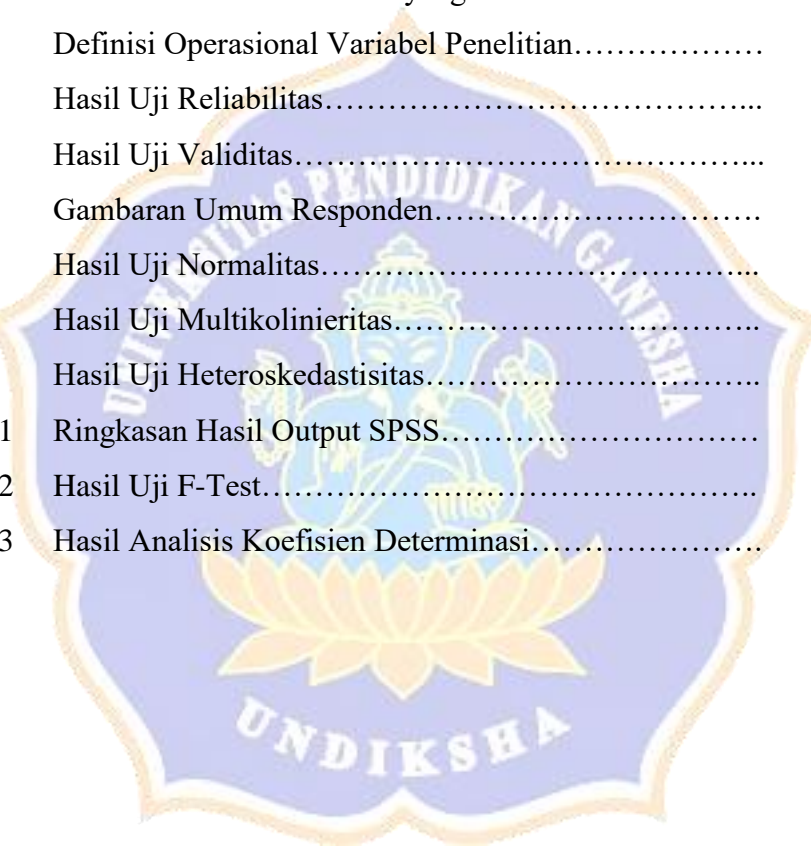
|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.3.2 Dimensi <i>Brand Trust</i> .....                                               | 19 |
| 2.1.3.3 Indikator <i>Brand Trust</i> .....                                             | 19 |
| 2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....                                          | 19 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel.....                                                       | 24 |
| 2.3.1 Hubungan Citra Merek dan <i>Brand Trust</i> terhadap<br>Keputusan Pembelian..... | 24 |
| 2.3.2 Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan<br>Pembelian.....                        | 24 |
| 2.3.3 Hubungan <i>Brand Trust</i> terhadap Keputusan<br>Pembelian.....                 | 25 |
| 2.4 Kerangka Berpikir.....                                                             | 25 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian.....                                                          | 27 |
| <b>BAB III Metode Penelitian</b> .....                                                 | 28 |
| 3.1 Rancangan Penelitian.....                                                          | 28 |
| 3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....                                                   | 28 |
| 3.3 Sampel Penelitian.....                                                             | 28 |
| 3.4 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian.....                                  | 29 |
| 3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....                                         | 31 |
| 3.5.1 Metode Pengumpulan Data.....                                                     | 31 |
| 3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data.....                                                  | 31 |
| 3.6 Metode dan Teknik Analisis Data.....                                               | 33 |
| 3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....                                                           | 34 |
| 3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....                                            | 35 |
| 3.7 Pengujian Hipotesis.....                                                           | 36 |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....                                               | 40 |
| 4.1 Deskripsi Data.....                                                                | 40 |
| 4.2 Pengujian Asumsi Klasik.....                                                       | 41 |
| 4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....                                              | 45 |
| 4.4 Pengujian Hipotesis.....                                                           | 47 |

|                                                                                     |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 4.4.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....                        | 48 |
| 4.4.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....                | 49 |
| 4.4.3 Pengaruh Citra Merek dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 50 |
| 4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....                                                | 52 |
| 4.5.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....                        | 52 |
| 4.5.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....                | 53 |
| 4.5.3 Pengaruh Citra Merek dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian..... | 55 |
| 4.5.4 Keterbatasan Penelitian.....                                                  | 56 |
| 4.6 Implikasi Penelitian.....                                                       | 59 |
| BAB V PENUTUP.....                                                                  | 59 |
| 5.1 Rangkuman.....                                                                  | 60 |
| 5.2 Simpulan.....                                                                   | 60 |
| 5.3 Saran.....                                                                      | 62 |
| DAFTAR RUJUKAN.....                                                                 | 65 |
| LAMPIRAN.....                                                                       |    |



## DAFTAR TABEL

| Tabel       |                                                                | Halaman |
|-------------|----------------------------------------------------------------|---------|
| Tabel 1.1   | <i>Top Brand Index</i> Cairan Antiseptik Pembersih Tangan..... | 3       |
| Tabel 1.2   | Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian.....               | 4       |
| Tabel 1.3   | Observasi Awal Variabel Citra Merek.....                       | 6       |
| Tabel 1.4   | Observasi Awal Variabel Brand Trust.....                       | 7       |
| Tabel 2.1   | Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....                   | 20      |
| Tabel 3.1   | Definisi Operasional Variabel Penelitian.....                  | 30      |
| Tabel 3.2   | Hasil Uji Reliabilitas.....                                    | 32      |
| Tabel 3.3   | Hasil Uji Validitas.....                                       | 33      |
| Tabel 4.1   | Gambaran Umum Responden.....                                   | 40      |
| Tabel 4.2   | Hasil Uji Normalitas.....                                      | 43      |
| Tabel 4.3   | Hasil Uji Multikolinieritas.....                               | 43      |
| Tabel 4.4   | Hasil Uji Heteroskedastisitas.....                             | 45      |
| Tabel 4.3.1 | Ringkasan Hasil Output SPSS.....                               | 46      |
| Tabel 4.4.2 | Hasil Uji F-Test.....                                          | 50      |
| Tabel 4.4.3 | Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....                      | 51      |



## DAFTAR GAMBAR

| Gambar     |                                                                                                            | Halaman |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Gambar 2.1 | Kerangka Berpikir Pengaruh Citra Merek dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....            | 26      |
| Gambar 4.1 | Gambar Grafik <i>P-P Plot</i> .....                                                                        | 42      |
| Gambar 4.2 | Gambar Grafik <i>Scatterplot</i> .....                                                                     | 44      |
| Gambar 4.3 | Struktur Hubungan Citra Merek ( $X_1$ ) <i>Brand Trust</i> ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 48      |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran    |                                                                                                                                                                                | Halaman |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| Lampiran 01 | <i>Top Brand Index</i> Cairan Antiseptik Pembersih Tangan tahun 2018-2020.....                                                                                                 | 65      |
| Lampiran 02 | Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Total Variabel Citra Merek, <i>Brand Trust</i> , dan Keputusan Pembelian..... | 66      |
| Lampiran 03 | Kuesioner Penelitian.....                                                                                                                                                      | 72      |
| Lampiran 04 | Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Citra Merek ( $X_1$ ) dan <i>Brand Trust</i> ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....                                               | 76      |
| Lampiran 05 | Gambaran Umum Responden.....                                                                                                                                                   | 78      |
| Lampiran 06 | Hasil Uji Reliabilitas.....                                                                                                                                                    | 81      |
| Lampiran 07 | Hasil Uji Validitas.....                                                                                                                                                       | 83      |
| Lampiran 08 | Hasil Uji Asumsi Klasik.....                                                                                                                                                   | 85      |
| Lampiran 09 | Hasil Analisis Linear Berganda.....                                                                                                                                            | 88      |
| Lampiran 10 | Uji F.....                                                                                                                                                                     | 89      |
| Lampiran 11 | Uji t.....                                                                                                                                                                     | 89      |
| Lampiran 12 | Uji Koefisien Determinasi.....                                                                                                                                                 | 89      |

