

**PENGARUH IKLAN DAN CITRA MEREK SERTA
KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP MINAT BELI
PRODUK KOPI SIAP MINUM DALAM KEMASAN
MEREK NESCAFE DI KOTA SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**



**OLEH
PUTU AGUS RENALDI
NIM 1617041036**

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

2021

SKRIPSI

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



Pembimbing I,

Pembimbing II,

Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 19820729 201012 2 003

Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 19761110 201404 2 001

Skripsi oleh Putu Agus Renaldi
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 22 Juli 2021

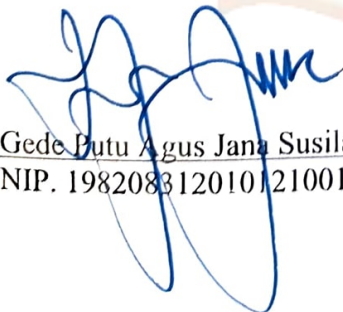
Dewan Penguji



Ni Nyoman Yulianthini, SE., M.M. (Ketua)
NIP. 198207292010122003



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. (Anggota)
NIP. 19761110 201404 2 001



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

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna Memenuhi Syarat-Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi

Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 22 Juli 2021

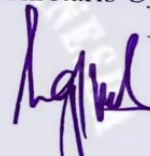
Mengetahui,

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

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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Iklan dan Citra Merek serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum dalam Kemasan Merek Nescafe di Kota Singaraja” 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, 22 Juli 2021

Yang membuat pernyataan,



Putu Agus Renaldi

NIM. 1617041036

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan dihadapan Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi ini dengan tepat waktu.

Kepada Ibu Ni Nyoman Yulianthini, SE., M.M, selaku Pembimbing I dan Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang dengan penuh sabar kesabaran hati memberikan bimbingan, pengarahan, saran, masukan dan motivasi yang bermanfaat selama penyelesaian skripsi.

Kepada Orang Tua tercinta Kadek Putrayasa dan Nengah Rediasih yang selalu mendoakan saya, memberikan motivasi, nasihat serta kasih sayang tanpa mengenal waktu demi kesuksesan dan kebahagiaan saya, yang tidak akan pernah bisa tergantikan oleh apapun.

Kepada saudara saya tercinta Kadek Indra Kusuma Atmaja serta keluarga besar yang tiada henti memberikan saya motivasi dan semangat dalam menjalankan studi dan menyelesaikan skripsi ini.

Kepada teman-teman dekat saya dan temen-teman Manajemen yang telah membantu saya dalam melewati setiap proses pembelajaran di kampus serta membantu saya dalam proses penyelesaian skripsi.

-Terimakasih-

PRAKARTA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan Karunia-Nya, penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Iklan dan Citra Merek serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Kopi Siap Minum dalam Kemasan Merek Nescafe di Kota Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha di Singaraja.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

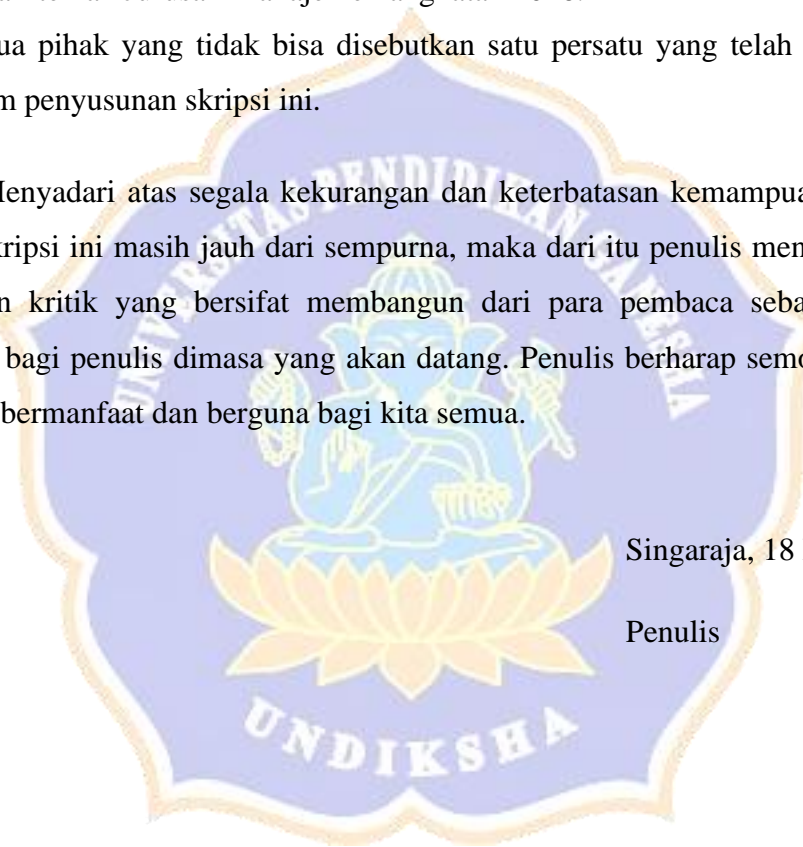
1. Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd., selaku rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., M.Si., Ak., CA., CPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen atas motivasi dan fasilitas yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
4. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
5. Ni Made Dwi Ariani Mayasari, S.E., M.M., selaku Pembimbing Akademik yang selalu membimbing dan mengarahkan selama penulis menjalankan studi.
6. Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M., selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, dan selalu bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat telah membimbing dan mengarahkan penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
7. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si., selaku Pembimbing II yang telah memberikan petunjuk-petunjuk dan sumbangan pikiran dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
9. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.

10. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.
11. Perusahaan kopi nescafe yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian tentang produk kopi nescafe.
12. Kedua orang tua (Kadek Putrayasa dan Nengah Rediasih) dan Saudara (Kadek Indra Kusuma Atmaja) yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2016.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Menyadari atas segala kekurangan dan 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 dimasa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Singaraja, 18 Mei 2021

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN

PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian	6
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	8

BAB II KAJIAN TEORI

2.1 Deskripsi Teoritis	9
2.1.1 Minat Beli	9
2.1.2 Indikator Minat Beli	10
2.2 Iklan.....	11
2.2.1 Pengertian Iklan.....	11
2.2.2 Indikator Iklan	12
2.3 Citra Merek.....	12
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	12
2.3.2 Indikator Citra Merek	13
2.4 Kepercayaan Merek.....	14
2.4.1 Pengertian Kepercayaan Merek.....	14
2.4.2 Indikator Kepercayaan Merek	15
2.5 Kajian Penelitian yang Relevan	15

2.6 Hubungan antar Variabel.....	20
2.6.1 Hubungan Variabel Iklan, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli	20
2.6.2 Hubungan Variabel Iklan dengan Minat Beli	20
2.6.3 Hubungan Variabel Citra Merek dengan Minat Beli.....	21
2.6.4 Hubungan Variabel Kepercayaan Merek dengan Minat Beli.....	22
2.7 Kerangka Pemikiran	23
2.8 Hipotesis.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.2 Rancangan Penelitian	27
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	28
3.4 Sampel Penelitian	28
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.6 Metode Pengumpulan Data	30
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Uji Instrumen	31
3.7.2 Teknik Analisis Data	32
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.8 Pengujian Hipotesis.....	36
3.8.1 Uji F.....	36
3.8.2 Uji t.....	37
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	38

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Deskripsi Data.....	39
4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden	40
4.2 Pengujian Instrumen	42
4.2.1 Uji Reliabilitas	42
4.2.2 Uji Validitas	43

4.3 Pengujian Asumsi Klasik.....	44
4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
4.5 Pengujian Hipotesis	51
4.5.1 Pengaruh Iklan dan Citra Merek serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli	51
4.5.2 Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli	51
4.5.3 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	52
4.5.4 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli	52
4.6 Pembahasan dan Hasil Penelitian	53
4.6.1 Pengaruh Iklan dan Citra Merek Serta Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli	53
4.6.2 Pengaruh Iklan Secara Parsial terhadap Minat Beli.....	55
4.6.3 Pengaruh Citra Merek Secara Parsial terhadap Minat Beli	57
4.6.4 Pengaruh Kepercayaan Merek Secara Parsial terhadap Minat Beli.....	60
4.7 Implikasi Penelitian	62
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	71



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Data penjualan produk nescafe tahun 2016-2019	04
Tabel 1.2 Data <i>Top Brand</i> Indonesia tahun 2016-2019	04
Tabel 2.1 Kajian Penelitian yang Relevan	16
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian.....	30
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif.....	39
Tabel 4.2 Gambaran Umum Responden	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel.....	43
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov-smirnov</i>	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitasi	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar2.1 Kerangka pemikiran Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli	25
Gambar 4.1 Grafik <i>Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	45
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas Menggunakan <i>Scatterplot</i>	48
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Data Penjualan Perusahaan Nescafe.....	71
Lampiran 02 Data Top Brand Indonesia	72
Lampiran 03 Kusioner Penelitian	73
Lampiran 04 Rekapulasi Data Penelitian	79
Lampiran 05 Output SPSS Hasil Uji Reliabilitas Dan Validitas	83
Lampiran 06 Output Hasil Uji Asumsi Klasik	91
Lampiran 07 Output Analisa Regresi Berganda	94

