

**PENGARUH KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN CITRA MEREK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA
PRODUK AQUA
(STUDI PADA MASYARAKAT LINGKUNGAN GARU V KELURAHAN
HARJOSARI I MEDAN)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sumatera Utara**

OLEH :

**NAMA MAHASISWA : NINDI ALFRIATI
N P M : 7115030221
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN**



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI
MEDAN
2019**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian tingkat sarjana ekonomi pada Universitas Islam Sumatera Utara. penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr Hj Safrida, SE, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan,
2. Bapak Dr. Eddi Suprayitno, S.E., M.M. sebagai Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UISU
3. Ibu Enny Trisna, SE, MM. selaku dosen pembimbing I yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan skripsi ini.
4. Bapak Ilham Sonata, SE, MM. selaku dosen pembimbing II yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan skripsi ini.
5. Seluruh staf dan pegawai yang ada di Universitas Islam Sumatera Utara yang telah membantu membimbing penulis.
6. Penulis mengucapkan ribuan terima kasih untuk orang tua saya dan keluarga saya yang ikut berkontribusi dalam memberikan semangat, doa serta dukungan kepada saya sekali lagi saya nindi mengucapkan terima kasih kepada ayah ibu dan keluarga saya terima kasih untuk segalanya.

7. Untuk teman-teman saya wakanda forever (rima,lia,tari,indah dan fiza) terima kasih telah menjadi teman gila,berantem,curhat saya semasa kuliah saya senang dapat bertemu dengan kalian yang mengisi hari-hari saya dikampus dengan candaan kalian semoga kita semua sukses aamin.
8. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang memberikan bantuan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyajian skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan,untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi perbaikan-perbaikan dimasa yang akan datang.

Medan, Agustus 2019

Penulis

(Nindi)

Npm : 7115030221

DAFTAR ISI

ABSTRAK

ABSTRACT

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL vii

DAFTAR GAMBAR.....x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Identifikasi Masalah8

1.3 Batasan Masalah.....8

1.4 Rumusan Masalah9

1.5 Tujuan Penelitian9

1.6 Manfaat Penelitian10

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis11

2.1.1 Kepercayaan Konsumen.....11

2.1.2 Citra Merek.....19

2.1.3 Minat Beli Konsumen30

2.2 Penelitian Terdahulu33

2.3 Kerangka Konseptual41

2.4 Hipotesis.....42

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi, Objek, dan Waktu Penelitian.....	43
3.1.1 Lokasi Penelitian	43
3.1.2 Objek Penelitian	43
3.1.3 Waktu Penelitian	43
3.2 Populasi dan Sample Penelitian	44
3.2.1 Populasi Penelitian	44
3.2.2 Sample Penelitian	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data Primer	46
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data Sekunder	47
3.4 Defenisi Operasional Variabel	47
3.5 Teknik Analisis Data	49
3.5.1 Teknik Analisis Deskriptif	49
3.5.2 Uji Instrumen.....	49
3.5.3 Uji Validitas.....	49
3.5.4 Uji Reabilitas.....	51
3.6 Uji Asumsi Klasik	51
3.6.1 Uji Normalitas	51
3.6.2 Uji Multikolinieritas	52
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	53
3.6.4 Analisis Regresi Berganda.....	53
3.7 Uji Hipotesis.....	54

3.7.1 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	54
3.7.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji-t).....	55
3.7.3 Uji Determinasi (R^2).....	55

BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1 Sejarah Umum Perusahaan PT. Aqua Danone	56
4.1.1 Jenis – Jenis Produk Aqua.....	58
4.2 Visi dan Misi Perusahaan PT. Aqua Danone	59
4.2.1 Visi PT. Aqua Danone.....	59
4.2.2 Misi PT. Aqua Danone	59
4.3 Logo Perusahaan	59
4.4 Uraian Pekerjaan dan fungsinya	61

BAB V ANALISIS DAN EVALUASI

5.1 Analisa Dan Evaluasi	65
5.1.1 Karakteristik Responden.....	65
1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	65
2. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan.....	66
3. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	67
5.1.2 Kepercayaan Konsumen (X1).....	68
5.1.3 Citra Merek (X2)	73
5.1.4 Minat Beli (Y).....	78
5.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	83
1. Uji Normalitas	83
2. Uji Heteroskedastitas.....	84

3. Uji Multikolinearitas	85
5.1.6 Regresi Linear Berganda	86
5.1.7 Pengujian Hipotesis	87
1. Uji Parsial (Uji t)	87
2. Uji simultan (Uji F)	88
3. Uji Determinasi R^2	89
5.2 Evaluasi Data.....	90
5.2.1 Pembahasan	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	93
6.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Index (TBI)</i>	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Jadwal dan Waktu Penelitian	43
Tabel 3.2	Skala Likert.....	46
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel	48
Tabel 5.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	65
Tabel 5.2	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	66
Tabel 5.3	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan.....	67
Tabel 5.4	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 1 Variabel Kepercayaan Konsumen	68
Tabel 5.5	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 2 Variabel Kepercayaan Konsumen	68
Tabel 5.6	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 3 Variabel Kepercayaan Konsumen	69
Tabel 5.7	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 4 Variabel Kepercayaan Konsumen	69
Tabel 5.8	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 5 Variabel Kepercayaan Konsumen	70
Tabel 5.9	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 6 Variabel Kepercayaan Konsumen	70
Tabel 5.10	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 7 Variabel Kepercayaan Konsumen	71
Tabel 5.11	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 8 Variabel Kepercayaan Konsumen.....	71
Tabel 5.12	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 9 Variabel Kepercayaan Konsumen	72
Tabel 5.13	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 10 Variabel Kepercayaan Konsumen	72

Tabel 5.14	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 1 Variabel Citra Merek	73
Tabel 5.15	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 2 Variabel Citra Merek	73
Tabel 5.16	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 3 Variabel Citra Merek	74
Tabel 5.17	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 4 Variabel Citra Merek	74
Tabel 5.18	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 5 Variabel Citra Merek	75
Tabel 5.19	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 6 Variabel Citra Merek	75
Tabel 5.20	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 7 Variabel CitraMerek	76
Tabel 5.21	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 8 Variabel Citra Merek	76
Tabel 5.22	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 9 Variabel Citra Merek	77
Tabel 5.23	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 10 Variabel Citra Merek	77
Tabel 5.24	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 1 Variabel Minat Beli	78
Tabel 5.25	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 2 Variabel Minat Beli	78
Tabel 5.26	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 3 Variabel Minat Beli	79
Tabel 5.27	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 4 Variabel Minat Beli	79
Tabel 5.28	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 5 Variabel Minat Beli	80

Tabel 5.29	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 6 Variabel Minat Beli.....	80
Tabel 5.30	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 7 Variabel Minat Beli.....	81
Tabel 5.31	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 8 Variabel Minat Beli.....	81
Tabel 5.32	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 9 Variabel Minat Beli.....	82
Tabel 5.33	Distribusi Jawaban Responden Untuk Kuesioner 10 Variabel Minat Beli.....	82
Tabel 5.34	Uji Multikolinearitas	85
Tabel 5.35	Coefficients ^a	86
Tabel 5.36	Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli	87
Tabel 5.37	Pengaruh variabel Citra Merek terhadap Minat Beli	88
Tabel 5.38	ANOVA ^a	89
Tabel 5.39	Model Summary ^b	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	41
Gambar 4.1	Logo Aqua	59
Gambar 4.2	Struktur Organisasi	60
Gambar 5.1	Uji Normalitas	83
Gambar 5.2	Uji Heteroskedastisitas	84

DAFTAR PUSTAKA

- Arafat, Wilson. 2006. *Behind A Powerfull Image: Menggenggam Strategidan Kunci- kunci Sukses Menancapkan Image Perusahaan yang Kokoh*. Yogyakarta: Andi.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen.: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Arief Probowo. 2013. *Purwarupa Sistem pengamanan brankas menggunakan keypad dan handpone*. Laporan Akhir. ITS Telkom.
- Ba, S. And Pavlo, P.A. (2002). "Evidence of the effect of trust building technologyin electronic markets: price premiums and buyer behavior". *MIS Quarterly*, Vol. 26, no. 3, pp 243-268.
- Bachmann & Zaheer. (2006). *Handbook of Trust Research*, Edward Elgar Publishing. 136 West Street, Suite 202, Northampton, MA 01060, USA
- Chen, S.C. dan Dhillon, G.S. 2003. *Interpreting Dimensions of Consumer Trust in e-Commerce, Information Technology dan Management*, Vol, 4. PP. 303-318.
- Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak, 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui. Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Diana, A., dan Tjiptono, F. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J & J Learning.
- Fandy Tjiptono, 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi
- , 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Istanjo, 2009. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Juliandi, Azuar. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. Medan: M2000.

Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2002. Dasar-dasar Pemasaran. Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jilid I, Jakarta: Penerbit Prenhalindo.

-----, dan Kevin Lane Keller, 2009. Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Erlangga.

-----, 2007. Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edidi Bahasa Indonesia, Jakarta, Indeks.

-----, 2005. Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa Oleh Benyamin Molan. PT. Prehanlindo. Jakarta.

Lim et.l. 2001. *Sustainable Marketing Enterprise In Asia*. Prentice Hall. Singapura.
Mcknight, D.H., Choudury, V., & Kacmar C.J. (2002)b. “*The impact of initial trust consumer on intention to transact with a web site: A trust building model*”, *Journal of Strategic Information System*. 1193-4), 297-323.

Rangkuti, Freddy. 2004. Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Setiadi, N.J.2003. Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.

Sugiono, 2012. Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Stanley Lameshow, David W. Hosmer J, Janeile Klar & Stephen K. Lwanga, 1997, Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan, Gajah Mada University Press, Yogyakarta, hal:2.

<https://www.liputan6.com/cek-fakta/read/3737347/cek-fakta-air-mineral-aqua-berbahaya-untuk-dikonsumsi>

<http://saifuddinra.blogspot.com/2014/11/tugas-teori-organisasi-umum-1-analisa.html?m=1>

[https://id.m.wikipedia.org/wiki/Aqua_\(air_mineral\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Aqua_(air_mineral))