

**PENGARUH INFORMASI KOMPOSISI PRODUK, KEPERCAYAAN
MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MINUMAN VITAMIN YOU C1000 KEMASAN BOTOL KACA DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Digunakan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat
Sarjana (S1) Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis Dan Ekonomika**



Disusun Oleh:

Vidia Kusumaningtyas

NPM: 17 03 23215

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2021

SKRIPSI

**PENGARUH INFORMASI KOMPOSISI PRODUK, KEPERCAYAAN
MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUMAN VITAMIN YOU C1000 KEMASAN BOTOL KACA DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

Vidia Kusumaningtyas

NPM: 17 03 23215

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing:

Nadia Nila Sari, SE., MBA



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 665/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Senin, 5 Juli 2021 dengan susunan pengujian sebagai berikut:

1. Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. (Ketua Penguji)
2. Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si. (Anggota)
3. Nadia Nila Sari, SE., MBA. (Anggota)

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Vidia Kusumaningtyas

NPM : 170323215

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.
REKTOR DAN EKONOMIKA

PERNYATAAN

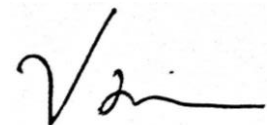
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH INFORMASI KOMPOSISI PRODUK, KEPERCAYAAN
MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MINUMAN VITAMIN YOU C1000 KEMASAN BOTOL KACA DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya di dalam skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Yogyakarta, Juni 2020

Yang menyatakan,



Vidia Kusumaningtyas

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Informasi Komposisi Produk, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Vitamin YOU C1000 Di Daerah Istimewa Yogyakarta” dijadikan sebagai syarat akhir untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan serta dukungan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini sehingga penulis bisa menyelesaikannya dengan baik.
2. Bapak, Mama, dan Odel yang senantiasa terus mendukung dan mendoakan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman yang berkontribusi dalam mendukung dan membantu kehidupan perkuliahan penulis (Kalis dan Vevan)
4. Seluruh teman-teman yang sudah memberikan penulis inspirasi dan motivasi untuk menyelesaikan perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
5. Para responden yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas kesalahan-kesalahan yang telah dilakukan, baik perkataan maupun perilaku, yang kurang berkenan di hati semua pihak. Semoga melalui penyusunan skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi semua pihak.



Yogyakarta, Juni 2021

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Vidia", is placed over a light blue rectangular background.

Vidia Kusumaningtyas

Motto

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(Al-Insyirah: 6)

**PENGARUH INFORMASI KOMPOSISI PRODUK, KEPERCAYAAN
MEREK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA MINUMAN VITAMIN YOU C1000 KEMASAN BOTOL KACA DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:

Vidia Kusumaningtyas

NPM: 17 03 23215

Pembimbing:

Nadia Nila Sari, SE., MBA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh informasi komposisi produk, kepercayaan merek, dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman vitamin you C1000 kemasan botol kaca di Yogyakarta. Terdapat 150 responden yang pernah membeli dan mengonsumsi minuman vitamin YOU C1000 kemasan botol kaca minimal sekali dalam setahun di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan kuesioner online untuk pengumpulan data dan menganalisisnya dengan bantuan SmartPLS 3.0. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa informasi komposisi produk, dan kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel lain seperti citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi variabel kepercayaan merek berpengaruh memediasi hubungan antara citra merek dan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Informasi komposisi produk, Kepercayaan Merek, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
1.5.1 BAB I Pendahuluan	11
1.5.2 BAB II Tinjauan Konseptual	11
1.5.4 BAB IV Hasil dan Pembahasan	12
1.5.5 BAB V Penutup	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Label	13
2.1.2 Informasi Komposisi Produk	16
2.1.3 Merek	17
2.1.4 Citra Merek	20
2.1.5 Kepercayaan Merek	23
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	25
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Pengembangan Hipotesis	32
2.3.1 Pengaruh Informasi Komposisi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2 Pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian	32
2.3.3 Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian	33
2.3.4 Pengaruh citra merek terhadap kepercayaan merek.....	33

2.3.5	Pengaruh kepercayaan merek memediasi hubungan antara citra merek dan keputusan pembelian.....	34
2.4	Kerangka Penelitian.....	35
BAB III	METODE PENELITIAN	36
3.1	Desain Penelitian.....	36
3.2	Objek dan Subjek Penelitian.....	37
3.2.1	Objek Penelitian.....	37
3.2.2	Subjek Penelitian.....	37
3.3	Populasi dan Sampel.....	37
3.3.1	Populasi.....	37
3.2.2	Sampel.....	38
3.4	Metode Sampling.....	38
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6	Pengukuran Variabel.....	39
3.7	Definisi Operasional.....	40
3.8	Metode Pengujian Instrumen.....	42
3.8.1	Uji Validitas.....	42
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	43
3.9	Metode Analisis Data.....	44
3.9.1	<i>Partial Least Square</i>	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	50
4.1.1	Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	50
4.1.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	55
4.2	<i>Partial Least Square</i>	59
4.2.1	Langkah pertama : Membuat rancangan model pengukuran (<i>outer model</i>).....	59
4.2.2	Langkah Kedua : Membuat rancangan model struktural (<i>inner model</i>).....	61
4.2.3	Langkah Ketiga : Membangun <i>path diagram</i>	61
4.2.4	Langkah Keempat : Melakukan pendugaan parameter (estimasi).....	62
4.2.5	Langkah Kelima : Melakukan <i>Goodness of fit</i>	62
4.2.6	Langkah Keenam : Menguji hipotesis.....	73
4.3	Pembahasan Penelitian.....	78
4.3.1	Pengaruh Informasi Komposisi Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.3.2	Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	78
4.3.3	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	79
4.3.4	Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek.....	79

4.3.5 Pengaruh Kepercayaan Merek dalam memediasi hubungan antara citra merek dan keputusan pembelian.....	80
BAB V PENUTUP.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Implikasi Manajerial.....	83
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3 Saran untuk penelitian selanjutnya.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Indeks kategori Vitamin C Fase 2 Tahun 2020	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	40
Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian Daftar Distribusi	44
Tabel 4. 1 Analisis Statistik Deskriptif Responden	51
Tabel 4. 2 Kategorisasi Interval	55
Tabel 4. 3 Informasi Komposisi Produk Responden di D.I.Y	56
Tabel 4. 4 Kepercayaan Merek Responden di D.I.Y	57
Tabel 4. 5 Citra Merek Responden di D.I.Y	57
Tabel 4. 6 Variabel Keputusan Pembelian Responden di D.I.Y	58
Tabel 4. 7 Variabel dan Indikator	60
Tabel 4. 8 Outer Loading	62
Tabel 4. 9 Outer Loading Setelah Eliminasi	63
Tabel 4. 10 Nilai Average Variance Extracted (AVE)	64
Tabel 4. 11 Nilai Hasil Fornell Lacker	65
Tabel 4. 12 Nilai Cross Loading	66
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	68
Tabel 4. 14 Hasil R-square	69
Tabel 4. 15 Original Sampel dalam arah hubungan antar variabel	70
Tabel 4. 16 Arah Hubungan Antar Variabel	70
Tabel 4. 17 Predictive Relevance pada hasil Blindfolding	72
Tabel 4. 18 Hasil Model Fit	73
Tabel 4. 19 Path Coefficient Bootstrapping	74
Tabel 4. 20 Hasil Efek Tidak Langsung Spesifik	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penjualan obat-obatan selama Covid-19 di Amerika Serikat Pada Maret 2020	3
Gambar 1. 2 Produk minuman vitamin YOU C1000.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	35
Gambar 3. 1 Model Jalur Variabel Mediasi	47
Gambar 4. 1 Path Diagram.....	61
Gambar 4. 2 Model Struktural Setelah Eliminasi	69
Gambar 4. 3 Hasil Bootstrapping dengan case 500	71

