

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, KETERIKATAN
MEREK DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP NIAT BELI
(STUDI PADA MEREK EATSAMBEL)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh:

Ivan Septian Tirta Saputra

NPM: 190324771

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2023

Skripsi
LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, KETERIKATAN
MEREK DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP NIAT BELI
(STUDI PADA MEREK EATSAMBEL)



Disusun oleh:
Ivan Septian Tirta Saputra
NPM: 190324771

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Wenefrida Mahestu N Krisjanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D

15 Juni 2023

Skripsi

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, KETERIKATAN
MEREK DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP NIAT BELI
(STUDI PADA MEREK EATSAMBEL)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

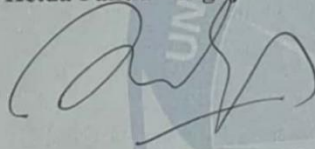
Ivan Septian Tirta Saputra

NPM:190324771

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 13 Juli 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Derajat Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

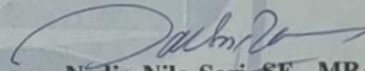
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

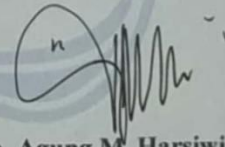


W. Mahestu N. Krisjanti., SE., M.Sc.IB, Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Nādia Nila Sari, SE., MBA.



Th. Agung M. Harsiwi, SE.,
M.Si.

Yogyakarta, 13 Juli 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

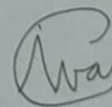
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK,
KETERIKATAN MEREK DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP
NIAT BELI (STUDI PADA MEREK EATSAMBEL)**

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

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Yang menyatakan,



Ivan Septian Tirta Saputra

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan atas kasih, berkat, rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi ini sehingga penulis mampu dalam menghadapi segala tantangan dan hambatan di dalam menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Keterikatan Merek dan Pengalaman Merek terhadap Niat Beli (Studi Merek Eatsambel)”** dengan baik. Skripsi ini disusun untuk melengkapi serta memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana (S1) program studi Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penelitian ini dapat berjalan dan terselesaikan dengan baik dan lancar berkat bimbingan, bantuan, doa serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang sudah senantiasa menyertai, memberkati, mengasihi, membimbing dan memberikan kekuatan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Keluarga penulis terkhusus kepada Mama Lita dan adik-adik yang sudah memberikan dukungan dan juga doa dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir.
3. Ibu Wenefrida Mahestu N Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D selaku dosen pembimbing yang sudah mau meluangkan waktu dan selalu sabar dalam membimbing, membantu, memberikan masukan, memberikan motivasi dan memberikan semangat kepada penulis dalam pengerjaan skripsi, sehingga dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
4. Lily sebagai pasangan penulis yang sudah mau menemani, mendengar keluh kesah dan memberikan semangat kepada penulis dalam proses mengerjakan skripsi dari awal hingga akhir.

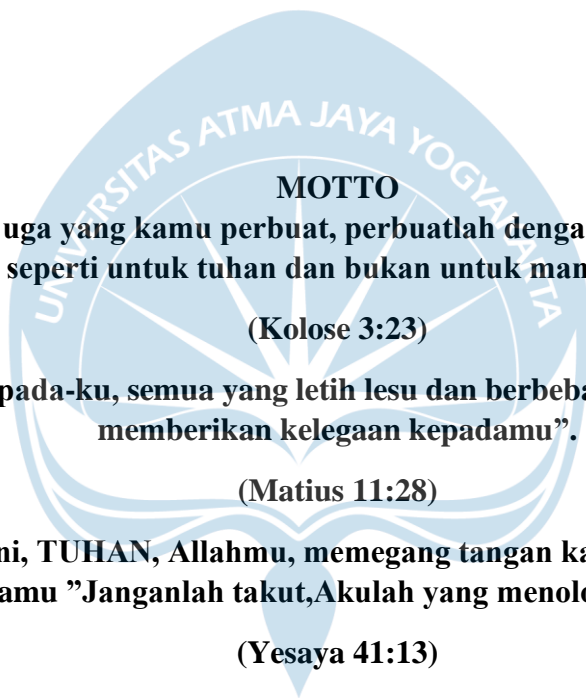
5. Kepada seluruh dosen dan staff dari Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, bimbingan dan pelayanan kepada penulis selama masa kuliah.
6. Teman penulis (Alvin, Bono, Clarent, Kleopas, Michael, Nixon, Hino, Rico) yang selalu mendukung, membantu dan memberi semangat kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi dan selama masa perkuliahan.
7. Seluruh pihak dan teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, doa, motivasi dan semangat baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Semua teman-teman yang sudah meluangkan waktu untuk membantu membagikan dan juga mengisi kuesioner penulis dengan sepuh hati.

Penulis sadar akan kekurangan dan keterbatasan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima segala kritik serta saran yang membangun. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini. Semoga Tuhan memberkati dan melindungi semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Yogyakarta, 15 Juni 2023



Ivan Septian Tirta Saputra



MOTTO

“Apa pun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk tuhan dan bukan untuk manusia.”

(Kolose 3:23)

“Marilah kepada-ku, semua yang letih lesu dan berbeban berat, Aku akan memberikan kelegaan kepadamu”.

(Matius 11:28)

“Sebab Aku ini, TUHAN, Allahmu, memegang tangan kananmu dan berkata kepadamu ”Janganlah takut,Akulah yang menolong engkau.”

(Yesaya 41:13)

DAFTAR ISI

Daftar Isi	
SKRIPSI	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
PERNYATAAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
KATA PENGANTAR	v
MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1. Niat beli	7
2.1.2. Merek	8
2.1.3. Keterikatan Merek	9
2.1.4. Pengalaman Merek	10
2.1.5. Citra Merek	12
2.1.6. Kepercayaan Merek	13
2.2. Penelitian Terdahulu	14
2.3. Pengembangan Hipotesis Penelitian	21
2.4. Kerangka Penelitian	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian	24
3.2. Sampel dan Metode Sampling	24
3.3. Metode Pengumpulan dan Pengukuran Data	25
3.4. Face Validity	26

3.5. Definisi Operasional dan Indikator Penelitian.....	27
3.6. Metode Pengujian Instrumen	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Analisis Profil Responden	32
4.2. Analisis SEM-PLS.....	32
4.3. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	33
4.3.1. <i>Convergent Validity</i>	33
4.3.2. <i>Discriminant Validity</i>	36
4.3.3. <i>Composite Reliability</i>	38
4.4. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	39
4.5. Pengujian Hipotesis	40
4.6. Pembahasan.....	43
Bab V KESIMPULAN.....	48
5.1. Kesimpulan.....	48
5.2. Implikasi Manajerial	48
5.3. Keterbatasan Penelitian	49
5.4. Saran Penelitian Kedepan.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....	51
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1. Skala Likert	26
Tabel 3.2. <i>Face Validity</i>	27
Tabel 3.3. <i>Definisi Operasional dan Indikator Penelitian</i>	26
Tabel 4.1. Analisis Profil Responden.....	32
Tabel 4.2. <i>Loading Factor</i>	34
Tabel 4.3. Nilai AVE	35
Tabel 4.4. <i>Cross Loading</i>	36
Tabel 4.5. <i>Chronbach's Alpha dan Composite Reliability</i>	38
Tabel 4.6. Nilai <i>R Square Adjusted</i>	40
Tabel 4.7. <i>Path Coefficient</i>	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Peringkat penjualan Eatsambel di Shopee dan Tokopedia.....	2
Gambar 2.1 Model Penelitian	24
Gambar 4.1 Model Struktural	33
Gambar 4.2 Model Konstruk.....	33
Gambar 4.3 Konstruk <i>Bootstraping</i>	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran 2 Data Penelitian.....	60
Lampiran 3 Analisis Data.....	77



**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, KETERIKATAN
MEREK DAN PENGALAMAN MEREK TERHADAP NIAT BELI**

(STUDI PADA MEREK EATSAMBEL)

DISUSUN OLEH:

Ivan Septian Tirta Saputra

NPM:190324771

DOSEN PEMBIMBING:

Wenefrida Mahestu N. K., SE., M.Sc.IB., Ph.D.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

ABSTRAK

Eatsambel merupakan salah satu merek lokal yang bergerak di bidang makanan dalam kemasan, yang berfokus pada sambal dalam kemasan, merek ini didirikan atas dasar banyak orang Indonesia yang menyukai sambal, namun tidak semua orang bisa membuat sambal yang enak. Hal ini memotivasi Yansen untuk menciptakan sambal yang sesuai dengan selera masyarakat Indonesia dan mengembangkan Eatsambel agar masyarakat Indonesia dapat menikmati sambal lezat dalam situasi apa pun. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang pengaruh citra merek, kepercayaan merek, keterikatan merek dan pengalaman merek terhadap niat beli.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 118 orang responden yang semuanya merupakan orang yang menyukai makanan pedas, mengetahui merek Eatsambel dan pernah membeli produk Eatsambel. Sebelum melakukan penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan kuesioner yang disebar dengan menggunakan *Google-form* dan pengolahan dan analisis data menggunakan aplikasi SmartPLS 3.9.2.

Hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap niat beli dan kepercayaan merek, kepercayaan merek berpengaruh positif terhadap keterikatan merek, keterikatan merek berpengaruh positif terhadap niat beli, dan pengalaman merek berpengaruh positif terhadap citra merek, kepercayaan merek dan keterikatan merek.

Kata Kunci: merek, citra merek, kepercayaan merek, keterikatan merek, pengalaman merek dan niat beli.