

**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN**

**(Studi Pada Konsumen Cicil.co.id di Kota Yogyakarta)**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**LEONARDUS PURWANTO**

**190325151**

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

**2023**

**Skripsi**

**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN  
(Studi Pada Konsumen Cicil.co.id di Kota Yogyakarta)**



**Disusun Oleh:**

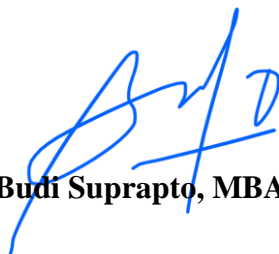
**LEONARDUS PURWANTO**

**190325151**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

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



SKRIPSI  
PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN KEPERCAYAAN  
KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN  
(Studi Pada Konsumen Cicil.co.id di Kota Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Leonardus Purwanto**

**NPM: 19 03 25151**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

Pada tanggal 14 Juni 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen

Susunan Panitia Penguji

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

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

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

  
**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

Yogyakarta, 21 Juni 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 ORISINALITAS**

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

**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN  
(Studi Pada Konsumen Cencil.co.id di Kota Yogyakarta)**

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

Yogyakarta, 12 Mei 2023



Leonardus Purwanto

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan kasih-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan baik. Skripsi yang ditulis berjudul:

**PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN (Studi Pada Konsumen Cicil.co.id di Kota Yogyakarta)**

Penulis hendak mengucapkan terimakasih terhadap pihak-pihak yang sudah membantu pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi hingga selesai, yaitu kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena penyertaan dan berkat-Nya, penelian ini dapat selesai dengan baik.
2. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA, Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi, atas masukan, saran, koreksi dan semangat yang diberikan selama proses pengerjaan skripsi.
3. Keluarga yang selalu memberikan dukungan baik itu material maupun non-material sampai pengerjaan skripsi ini selesai.
4. Dosen-dosen FBE UAJY, atas semua ilmu dan masukan yang menjadi bekal dalam pengerjaan skripsi.

5. Keluarga OMKEZHA, atas segala bantuan, saran, masukan selama proses pengerjaan skripsi.
6. Orang yang menjadi motivasi saya untuk mengerjakan skripsi dengan telaten dan tepat waktu, Helen.
7. Teman-teman *student ambassador* Cicil.co.id kota Yogyakarta yang membantu menyebarkan kuesioner penelitian ini.
8. Seluruh responden yang sudah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian yang saya sebar.
9. Teman-teman Angkatan 2019 yang telah berproses bersama selama empat tahun terakhir, dan
10. Semua pihak yang tidak dapat peneliti tuliskan satu persatu, atas semua bantuan langsung maupun tidak langsung peneliti ucapkan terimakasih.

Selama proses pengerjaan skripsi ini, peneliti menyadari banyaknya hambatan dan kekurangan yang terjadi. Segala saran, masukan, kritik dari pembaca sangat peneliti harapkan guna memperbaiki apa yang masih belum sempurna dalam penelitian ini. Akhir kata, peneliti ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 12 Mei 2023

Penulis



Leonardus Purwanto

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
<b>BAB II LANDASAN PUSTAKA</b> .....	13
2.1 Citra Merek .....	13
2.2 Kesadaran Merek .....	15
2.3 Kepercayaan Konsumen .....	17
2.4 Niat Beli .....	19
2.5 Penelitian Terdahulu .....	20
2.6 Model Kerangka Berpikir .....	33
2.7 Pengembangan Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	36
3.1 Desain Penelitian .....	36
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	36
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian .....	39
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.5 Populasi dan Sampel .....	39
3.5.1 Populasi.....	39
3.5.2 Sampel.....	39
3.6 Intrumen Penelitian .....	40

3.7 Uji Validitas .....	41
3.8 Uji Reliabilitas .....	41
3.9 Teknik dan Analisis Data .....	44
3.10 Merancang Model Pengukur ( <i>Outer Model</i> ).....	45
3.11 Merancang Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	48
4.2 Analisis Deskriptif .....	49
4.3 Profil Responden.....	49
4.4 Analisis Model Pengukuran .....	50
4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> dan <i>Measurement Model</i> .....	50
4.4.2 Analisis <i>Inner Model</i> atau <i>Structural Model</i> .....	56
4.5 Pengujian Hipotesis .....	58
4.6 Pembahasan.....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN HASIL .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Saran .....	71
5.2.1 Bagi Perusahaan CICIL di Kota Yogyakarta.....	71
5.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya .....	71
5.3 Keterbatasan Peneliti .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>80</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	37
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Universitas.....	50
Tabel 4.5 <i>Factor Loading</i> .....	51
Tabel 4.6 <i>Cross Loading</i> .....	53
Tabel 4.7 <i>Contract Validity and Reability</i> .....	54
Tabel 4.8 <i>Fornell-Lacker Criterion</i> .....	54
Tabel 4.9 <i>Overview</i> .....	55
Tabel 4.10 <i>Composite Reability</i> .....	55
Tabel 4.11 <i>Adjusted R-Square</i> .....	56
Tabel 4.12 Pengujian Hipotesis.....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4.1 Diagram Jalur Dengan Nilai <i>Loading Factor</i> .....	51



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan Kuesioner.....	80
Lampiran 2. Kuesioner <i>Online</i> / Google Form.....	84
Lampiran 3. Hasil Penyebaran Kuesioner.....	90



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Apakah citra merek mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen CICIL di kota Yogyakarta, (2) Apakah citra merek mempunyai pengaruh positif terhadap niat beli konsumen CICIL di kota Yogyakarta, (3) Apakah kesadaran merek mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen CICIL di kota Yogyakarta, (4) Apakah kesadaran merek mempunyai pengaruh positif terhadap niat beli konsumen CICIL di kota Yogyakarta, (5) Apakah kepercayaan konsumen mempunyai pengaruh positif terhadap niat beli konsumen CICIL di kota Yogyakarta.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan menggunakan kuesioner sebagai *instrument* pencarian data. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 152 responden yang didapatkan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode SEM pada aplikasi Smartpls.

Hasil penelitian ini menyatakan (1) Citra merek mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen CICIL di kota Yogyakarta, (2) Citra merek mempunyai pengaruh positif terhadap niat beli konsumen CICIL di kota Yogyakarta, (3) Kesadaran merek mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen CICIL di kota Yogyakarta, (4) Kesadaran merek mempunyai pengaruh positif terhadap niat beli konsumen CICIL di kota Yogyakarta, dan (5) Kepercayaan konsumen tidak mempunyai pengaruh positif terhadap niat beli konsumen CICIL di Kota Yogyakarta.

Kata Kunci: Citra Merek, Kesadaran Merek, Kepercayaan Konsumen, Niat Beli