

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN NILAI YANG DIRASAKAN
TERHADAP PREFERENSI MEREK DAN NIAT BELI
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *SKINCARE* KAHF DI
YOGYAKARTA)**

Skripsi

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



Disusun oleh:

Tegar Wicaksono Hasibuan

190324621

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

2023

SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN NILAI YANG DIRASAKAN
TERHADAP PREFERENSI MEREK DAN NIAT BELI
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *SKINCARE* KAHF DI
YOGYAKARTA)**



Disusun oleh:

Tegar Wicaksono Hasibuan

190324621

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, appearing to be "Budi Suprpto", is written over the name of the supervisor.

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D

3 November 2023

PERNYATAAN

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

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN NILAI YANG DIRASAKAN
TERHADAP PREFERENSI MEREK DAN NIAT BELI
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *SKINCARE* KAHF DI
YOGYAKARTA)**

Saya menyatakan bahwa penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan dikerjakan tanpa melakukan plagiasi dari sumber lainnya. Gagasan mengenai kutipan dalam jurnal yang terdapat pada penelitian ini telah dikutip dalam daftar pustaka. Namun, apabila di masa mendatang terdapat bukti bahwa di dalam penulisan skripsi ini terdapat plagiasi atau kecurangan lainnya, saya bersedia apabila skripsi ini digugurkan dan gelar yang telah saya dapatkan digugurkan dan dapat dikembalikan pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 3 November 2023

Yang Menyatakan



Tegar Wicaksono Hasibuan

LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan

Skripsi

Pengaruh Kepercayaan Merek dan Nilai yang Dirasakan terhadap Preferensi Merek dan Niat Beli

(Studi Kasus pada Konsumen *Skincare* KAHF di Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Tegar Wicaksono Hasibuan

NPM: 190324621


Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 8 Desember 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar sarjana Ekonomi (S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


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

Anggota Panitia Penguji


Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI


Debora Wintriarsi H., SE., MM., M.Sc

Yogyakarta, 8 Desember 2023

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu Noviantra K, S.E., M.Sc.IB. Ph.D.

FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan berkat dan rahmat, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Niat Beli: Dimediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan” sebagai tugas akhir persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S1) di Fakultas Bisnis dan Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa banyak kesulitan yang telah dihadapi dalam melakukan penulisan skripsi dari awal hingga akhir, penulisan skripsi ini tidak akan terwujud dan berhasil tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberi berkat dan jalan keluar bagi peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dari awal hingga akhir.
2. Bapak Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D yang berperan sebagai Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan serta evaluasi kepada penulis dalam penulisan skripsi.
3. Orang tua yang selalu mendoakan dan memberi dukungan secara material atau moral yang membuat peneliti lebih termotivasi dalam menyelesaikan skripsi dari awal hingga akhir.
4. Teman-teman kuliah terutama Dionisius Paskalis Adi Prabowo, Marcelino Kartolo, dan Giovanni Hebert Unpar yang telah menemani dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.

5. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan doa kepada peneliti sehingga skripsi dapat diselesaikan.

Peneliti mengakui bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan terdapat banyak kelemahan dalam segi materi dan presentasi penelitian. Oleh karena itu, masukan dan rekomendasi yang konstruktif dari berbagai pihak, tetap menjadi harapan peneliti untuk meningkatkan kualitas karya penelitian. Pada akhirnya, diharapkan penulisan skripsi ini dapat memberikan wawasan baru, pengetahuan yang berharga, serta menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi semua pihak dan penelitian mendatang.

Yogyakarta, 3 November 2023

Peneliti



Tegar Wicaksono Hasibuan

MOTTO

You can begin at any moment. Begin from your current position. Begin despite fear. Begin despite pain. Begin despite doubt. Begin even if your hands shake. Begin even if your voice trembles. Just begin. Commence and persist. Commence from your current position, utilizing what you possess. Simply start.

(Tegar)

Nobody believes in you, you've lost again and again and again. The lights are cut off. But you are still looking at your dream, reviewing it every day and say to yourself

“IT IS NOT OVER UNTIL I WIN!!”

(Les Brown)

DAFTAR ISI

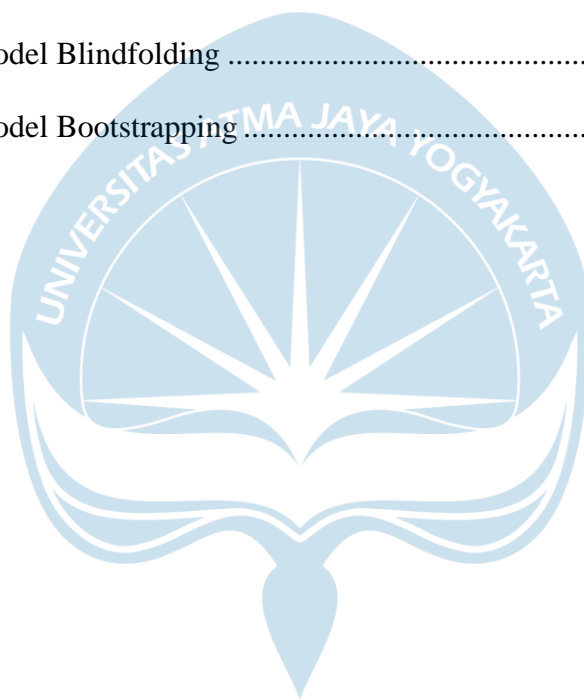
PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
MOTTO	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
Abstrak	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN TEORI	10
2.1 Kepercayaan Merek	10
2.2 Nilai Yang Dirasakan	11
2.3 Preferensi Merek	12
2.4 Niat Beli	13

2.5 Kerangka Penelitian	15
2.6 Penelitian Terdahulu	16
2.7 Pengembangan Hipotesis	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Lokasi Penelitian.....	25
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel	26
3.4 Metode Pengumpulan Data	27
3.5 Metode Pengukuran Data	28
3.6 Definisi Operasional	28
3.7 Metode Analisis Data.....	30
3.7.1 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	31
3.7.2 Model Struktural (<i>Struktural Model</i>).....	35
3.7.3 Uji Hipotesis	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Analisis Karakteristik Responden	40
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42

4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
4.2 Evaluasi Model Pengukuran.....	46
4.2.1 <i>Indicator Reliability</i>	46
4.2.2 <i>Internal Consistency Reliability</i>	47
4.2.3 <i>Convergent Validity</i>	48
4.2.4 <i>Discriminant Validity</i>	49
4.3 Evaluasi Model Struktural.....	54
4.3.1 Uji Multikolinearitas	54
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	55
4.3.3 Uji <i>Effect Size (F Square)</i>	56
4.3.4 Uji <i>Cross-validated Redundancy (Q Square)</i>	57
4.3.5 Uji Hipotesis	59
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Implikasi Manajerial	69
5.3 Keterbatasan Penelitian	71
5.4 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 - Skincare yang Sering Digunakan oleh Masyarakat Indonesia.....	2
Gambar 2 - Top Brand dengan Market Share Terbesar di Shopee dan Tokopedia 2022.....	3
Gambar 3 - Kerangka Penelitian.....	15
Gambar 4 - Model PLS Algorithm	46
Gambar 5 - Model Blindfolding	57
Gambar 6 - Model Bootstrapping	59



DAFTAR TABEL

Tabel 1 - Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 2 - Definisi Operasional.....	29
Tabel 3 - Hasil Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	41
Tabel 4 - Hasil Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 5 - Hasil Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 6 - Hasil Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 7 – Hasil Analisis Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	44
Tabel 8 - Matriks Outer Loading	46
Tabel 9 - Hasil Analisis Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	48
Tabel 10 - Hasil Analisis Average Variance Extracted (AVE)	48
Tabel 11 - Hasil Analisis Fornell & Lackerr.....	50
Tabel 12 - Hasil Analisis Cross Loading	51
Tabel 13 - Hasil Analisis HTMT	52
Tabel 14 - Hasil Analisis Uji Multikolinearitas	54
Tabel 15 - Hasil Analisis Uji Koefisien Determinasi (R Square)	55
Tabel 16 - Hasil Analisis Uji Effect Size (F Square).....	56
Tabel 17 - Hasil Analisis Uji Cross-validated Redundancy (Q Square).....	58
Tabel 18 - Hasil Analisis Path Coefficient.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pernyataan <i>Google Form</i>	79
Lampiran 2 Data Identitas Responden dan Kuesioner.....	85
Lampiran 3 Uji Indicator Reliability.....	93
Lampiran 4 Uji Internal Consistency Reliability dan Uji Convergent Validity	94
Lampiran 5 Uji Discriminant Validity.....	94
Lampiran 6 Uji Multikolinearitas	95
Lampiran 7 Uji Koefisien Determinasi (R Square)	96
Lampiran 8 Uji Effect Size (F Square)	96
Lampiran 9 Uji Cross-validated Redundancy (Q Square).....	97
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	97

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN NILAI YANG DIRASAKAN
TERHADAP PREFERENSI MEREK DAN NIAT BELI
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN *SKINCARE* KAHF DI
YOGYAKARTA)**

Disusun oleh:

Tegar Wicaksono Hasibuan

190324621

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh kepercayaan merek dan nilai yang dirasakan terhadap preferensi merek dan niat beli pada konsumen *skincare* KAHF di Yogyakarta. Jumlah sampel penelitian ini terdiri dari 160 responden yang telah memenuhi kriteria. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive, sementara pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner melalui sosial media menggunakan *google forms*. Metode analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil analisis menunjukkan adanya korelasi positif dan signifikan kepercayaan merek dengan preferensi merek, kepercayaan merek dengan niat beli, nilai yang dirasakan dengan preferensi merek, nilai yang dirasakan dengan niat beli, dan preferensi merek dengan niat beli. Semua hasil ini menunjukkan adanya korelasi yang positif dan signifikan antara konstruk yang diteliti.

Kata kunci: Kepercayaan Merek, Nilai yang Dirasakan, Preferensi Merek, dan Niat Beli.