

**KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT KEPERCAYAAN:  
PERAN KEPERCAYAAN MEREK PADA PRODUK MINUMAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun Oleh :**

**NADINE MAURA BELLA ASSYIFA**

**B 100 160 225**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2020**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

### **SKRIPSI**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca Proposal Skripsi dengan judul:

#### **KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT KEPERCAYAAN: PERAN KEPERCAYAAN MEREK PADA PRODUK MINUMAN**

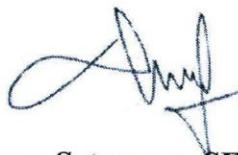
Yang ditulis dan disusun oleh:

**NADINE MAURA BELLA ASSYIFA**

**B 100 160 225**

Penandatangan berpendapat bahwa proposal skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, April 2020  
Pembimbing Utama



**(Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, SE, MSi.)**

Mengetahui,





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

**HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NADINE MAURA BELLA ASSYIFA

NIM : B100160225

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP  
ATRIBUT KEPERCAYAAN: PERAN  
KEPERCAYAAN MEREK PADA PRODUK  
MINUMAN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 25 April 2020

Yang membuat pernyataan

**(NADINE MAURA BELLA ASSYIFA)**

## **MOTTO**

*“What would life be if we had no courage to attempt anything?”*

(Vincent Van Gogh)

“Sabar, satu persatu...”

(NKCTHI)

“Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar, yaitu ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan: sungguh kita semua milik Allah dan kepada-Nya lah kita kembali”

(Qs. Al Baqarah 155-156)

“Be the change that you wish to see in the world.”

(Mahatma Gandhi)

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Syukur Alhamdulillah, peneliti persembahkan penelitian ini untuk :

Mama dan Papa tercinta dan juga kakak tersayang,

Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Surakarta,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS, dan

Sahabat dan juga teman-temanku yang selalu memberi semangat dan dukungan

Terima Kasih.

## **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: (1) pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek (2) peran kepercayaan konsumen dalam atribut kepercayaan terhadap loyalitas merek pada produk minuman. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik *purposive sampling* dengan kriteria konsumen yang pernah membeli minuman BOBA dengan jumlah sampel 236 responden. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan *google form*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data program SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) peran kepercayaan merek tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas merek, (2) ada pengaruh positif kepercayaan konsumen dalam atribut kepercayaan terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kepercayaan Konsumen dalam Atribut Merek, Loyalitas Merek, Kepercayaan Merek.

## **ABSTRACT**

This study aims to analyze: (1) the effect of brand trust on brand loyalty (2) the role of consumer trust in the attribute of trust on brand loyalty in beverage products. This type of research uses a quantitative approach. The sampling technique used in this study is the purposive sampling technique with the criteria of consumers who have bought BOBA drinks with a sample of 236 respondents. This study uses primary data sources and data collection through questionnaires with Google Forms. This study uses the SPSS version 20. program data analysis method. The results of this study indicate that: (1) the role of brand trust does not have a positive effect on brand loyalty, (2) there is a positive influence of consumer confidence in the attributes of trust on brand loyalty.

Keywords: Consumer Trust in Brand Attributes, Brand Loyalty, Brand Trust.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.,

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan pelaksanaan skripsi yang berjudul "Kepercayaan Konsumen Terhadap Atribut Kepercayaan: Peran Kepercayaan Merek Pada Produk Minuman" ini. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada jurusan dan program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa peran serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih disampaikan kepada:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E, M.Si., Ph.D., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Sri Murwanti, S.E., M.M. selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan selama menempuh kuliah.
5. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya jurusan manajemen yang rela membimbing dan menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Mama dan Papa tercinta dan kakak tersayang yang selalu memberikan kasih sayang dan *support* baik dalam spiritual maupun material serta tidak pernah bosan dalam mendoakan dan menasehati demi keberhasilan penulis.
8. Semua teman-temanku dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, April 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan Skripsi.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Tinjauan Teori .....	7
B. Penelitian Terdahulu.....	13
C. Hipotesis.....	15

D. Kerangka Pemikiran .....	15
-----------------------------	----

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	16
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	16
C. Metode Pengumpulan Data .....	17
D. Desain Pengambilan Sampel.....	18
E. Metode Analisis Data .....	19

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden .....	25
B. Analisis Data .....	27
C. Pembahasan .....	35

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	36
B. Keterbatasan Penelitian .....	36
C. Saran .....	37

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	17
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	25
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	26
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	26
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Minuman .....	27
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	30
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas .....	33
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas .....	33

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 3.1 Skala Likert .....	18
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	34

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Data Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3: Karakteristik Responden

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas CFA

Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 6: Hasil Uji Normalitas

Lampiran 7: Hasil Uji Multikolinearitas

Lampiran 8: Hasil Uji Regresi Berganda