

**PENGARUH KEUNGGULAN CITRA MEREK, KEPERCAYAAN,
KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HELM PADA *MARKETPLACE* DI DKI JAKARTA**

MUHAMMAD RAFLI

1707619039



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ADVANTAGE, TRUST, PRODUCT
QUALITY AND PROMOTION ON HELMET PURCHASE DECISIONS AT
MARKETPLACE IN DKI JAKARTA***

MUHAMMAD RAFLI

1707619039



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of
Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

STUDY PROGRAM S1 BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2024

ABSTRAK

Muhammad Rafli. Pengaruh Keunggulan Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Helm Pada Marketplace Di DKI Jakarta: Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2024

Tujuan dari penelitian ini dilakukan adalah untuk menguji masing-masing pengaruh dari citra merek, kepercayaan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. Variabel independen dari penelitian ini adalah citra merek (X_1), kepercayaan (X_2), kualitas produk (X_3) dan promosi (X_4). Variabel dependen dari penelitian ini adalah keputusan pembelian helm merek KYT pada marketplace di DKI Jakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan survei atau kuesioner yang disebarakan menggunakan google form. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 294 responden. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data SEM (*Structural Equation Modelling*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Sementara pada variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Citra Merek; Kepercayaan; Kualitas Produk; Promosi; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Muhammad Rafli. *The Influence of Brand Image Advantage, Trust, Product Quality and Promotion on Helmet Purchasing Decisions at Marketplace in DKI Jakarta: Business Education Study Program, Faculty of Economics, State University of Jakarta 2024*

The purpose of this study was to examine the respective effects of brand image, trust, product quality and promotion on purchasing decisions. The independent variables of this study are brand image (X1), trust (X2), product quality (X3) and promotion (X4). The dependent variable of this study is the purchase decision for the KYT brand helmet in the marketplace in DKI Jakarta. The data collection method used in this study was to use a survey or questionnaire distributed using google form. The sample used in this study amounted to 294 respondents. This research uses quantitative methods with SEM (Structural Equation Modeling) data analysis techniques. The results of this study indicate that the variables of brand image, product quality and promotion have a positive effect on purchasing decisions. Meanwhile, the trust variable has no influence on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image; Trust; Product Quality; Promotion; Purchase Decision.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

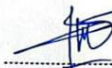

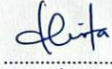
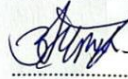

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D
NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M. NIP 195909181985032011 (Ketua Sidang)		22-07-2024
2	Daru Putri K, S.E., M.Han NIP 199504122023212041 (Penguji Ahli 1)		19-07-2024
3	Dita Puruwita, M.Si, Ph.D NIP 198209082010122004 (Penguji Ahli 2)		22-07-2024
4	Dr. Suparno, S.Pd., M.Pd NIP 197908282014041001 (Pembimbing 1)		24-07-2024
5	Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev NIP 198507232010121002 (Pembimbing 2)		19-07-2024

Nama : Muhammad Rafli
No. Registrasi : 1707619039
Program Studi : Pendidikan Bisnis
Tanggal Lulus : 10 Juli 2024

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Berikut ini adalah hal-hal yang saya nyatakan dengan ini:

1. Skripsi ini merupakan karya asli yang belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik sarjana di Universitas Negeri Jakarta atau perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan kecuali secara tegas dinyatakan secara tertulis sebagai acuan dalam karya tulis dengan mencantumkan nama penulis dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Saya membuat pernyataan ini dengan jujur, dan jika di kemudian hari ada kejanggalaan atau ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik, seperti dicabut gelar saya atau menerima sanksi lain sesuai dengan kebijakan Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2024
Pembuat Pernyataan,



NIM. 1707619039

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Rafli
NIM : 1707619039
Fakultas/Prodi : S1 Pendidikan Bisnis
Alamat email : muhammadrapliyy@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :
Pengaruh Keunggulan Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Helm pada Marketplace di DKI Jakarta.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juli 2024

Penulis


(Muhammad Rafli)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Segala puji atas kehadiran Allah SWT karena atas nikmat dan rahmat ridho-Nya, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu, skripsi ini saya dedikasikan dengan penuh rasa syukur kepada diri saya sendiri, orang tua, dan orang terkasih yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam perjalanan penyelesaian skripsi ini.

Kepada Diri Sendiri, rasa syukur dan terima kasih yang tulus kepada diri sendiri atas ketekunan, dedikasi, dan semangat yang telah saya tanamkan dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya percaya bahwa dengan tekad dan ketekunan, saya berhasil mengatasi berbagai rintangan dan mencapai tujuan ini. Saya berharap semangat ini akan terus membawa saya meraih prestasi yang lebih tinggi di masa depan.

Kepada Orang Tua, terima kasih tak terhingga kepada orang tua tercinta saya atas cinta, dukungan, dan pengorbanan tanpa henti yang mereka berikan sepanjang perjalanan hidup saya. Terima kasih telah selalu menjadi tiang penyangga, memberikan semangat, dan memberikan dorongan kepada saya dalam menghadapi segala tantangan. Saya tidak akan pernah bisa membayar segala pengorbanan dan doa yang Ayah dan Ibu berikan, namun saya berharap kesuksesan ini dapat menjadi kebanggaan bagi Ayah dan Ibu.

Kepada Orang Terkasih Natasya, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus, terima kasih telah hadir dalam hidup saya serta menjadi penyemangat di setiap perjalanan kehidupan saya, bertemu denganmu di sebuah tempat adalah salah satu keberuntungan yang tidak bisa saya deskripsikan, kamu adalah salah satu bentuk bahagia yang selama ini saya impikan, saya amat bersyukur bisa dipertemukan dengan manusia sepertimu. Terima kasih sudah selalu ada buat saya serta memberikan semangat dan dukungan bahwa saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah hadir di dalam kehidupanku dan membuat hidupku lebih berwarna.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT penulis panjatkan atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan amanah perkuliahan ini dan menyusun skripsi yang berjudul “Pengaruh Keunggulan Citra Merek, Kepercayaan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Helm pada *Marketplace* di DKI Jakarta”. Naskah skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan jenjang Sarjana pada Program Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini terdapat banyak sekali hambatan dan tantangan, akan tetapi dengan keyakinan, semangat, dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak peneliti memiliki kemampuan untuk menyelesaikan amanah ini dengan sebaikbaiknya. Melalui ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.
3. Bapak Dr. Suparno, M.Pd selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan memberikan bimbingan, arahan serta masukan kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Muhammad Fawaiq, M.Ec.Dev selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi UNJ yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan
6. Seluruh anggota keluarga yang senantiasa menguatkan, terkhusus kepada Ibu, Ayah serta adik-adik yang amat peneliti cintai yang selalu memberikan doa dan dukungannya kepada peneliti pada saat proses penyusunan skripsi.

7. Natasya Hasna Pebrianti, seorang perempuan yang senantiasa berada di sisi peneliti yang selalu memberikan semangat serta mendengarkan keluh-kesah peneliti ketika peneliti berada disaat-saat sulit dan terima kasih telah menemani perjalanan peneliti sampai terselesaikannya skripsi ini.
8. Teman-teman penulis, terkhusus anggota grup “ajagijig”, yang senantiasa saling mendukung, membantu, dan memberikan semangat di berbagai kegiatan selama perkuliahan hingga penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Dan seluruh rekan-rekan perjuangan Pendidikan Bisnis 2019 atas kerja sama yang baik selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, karena masih terdapat banyak kekurangan. Maka dari itu penulis sangat terbuka untuk setiap kritik membangun, sehingga peneliti dapat terus belajar dan menjadi lebih baik lagi kedepannya.

Jakarta, 28 Juli 2024

Penulis

Muhammad Rafli

NIM. 1707619039

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II.....	19
KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1 Teori Pendukung	19
2.1.1 Citra Merek	19
2.1.2 Kepercayaan.....	25
2.1.3 Kualitas Produk.....	30
2.1.4 Promosi	36

2.1.5	Keputusan Pembelian.....	42
2.2	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	48
2.2.1	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Pada Marketplace.....	48
2.2.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pembelian Helm Pada Marketplace	49
2.2.3	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Helm Pada Marketplace.....	50
2.2.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Helm Pada Marketplace.....	50
2.3	Perumusan Hipotesis	52
BAB III	53
METODOLOGI PENELITIAN	53
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	53
3.1.1	Waktu Penelitian.....	53
3.1.2	Tempat Penelitian	53
3.2	Desain Penelitian	53
3.3	Populasi dan Sampel	54
3.3.1	Populasi.....	54
3.3.2	Sampel	55
3.4	Pengembangan Instrumen	56
3.4.1	Citra Merek (X1)	57
3.4.2	Kepercayaan (X2).....	59
3.4.3	Kualitas Produk (X3).....	62
3.4.4	Promosi (X4).....	64
3.4.5	Keputusan Pembelian (Y).....	68

3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.6 Teknik Analisis Data.....	72
1. Uji Validitas	72
2. Uji Reliabilitas	72
3. Uji Hipotesis	73
BAB IV	76
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Deskripsi Data.....	76
4.1.1 Profil Responden.....	76
4.1.2 Profil Data	80
4.2 Hasil	87
4.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas	87
4.2.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA).....	88
4.2.3 Uji Hipotesis	91
4.3 Pembahasan.....	93
BAB V.....	97
PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Implikasi.....	98
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	102
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	103
DAFTAR PUSTAKA	104
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	115
Lampiran 2 Lembar Persetujuan Sidang Skripsi.....	123
Lampiran 3 Lembar Perbaikan SUP	124

Lampiran 4 Lembar Konsultasi.....	126
Lampiran 5 Hasil Turnitin.....	127
Lampiran 6 Riwayat Hidup.....	128



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna Sepeda Motor di DKI Jakarta.....	3
Gambar 1. 2 Grafik Top Brand Index Subkategori Helm SNI	6
Gambar 1. 3 Grafik Popularitas Marketplace di Indonesia Pada Kuartal I 2022....	9
Gambar 2.1 Model Penelitian	51
Gambar 4. 1 Model Penelitian Sebelum Dimodifikasi	89
Gambar 4. 2 Model Penelitian Sesudah Dimodifikasi	90
Gambar 4. 3 Model Uji Hipotesis	92



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator Citra Merek.....	57
Tabel 3.2 Indikator Kepercayaan	60
Tabel 3.3 Indikator Kualitas Produk	63
Tabel 3.4 Indikator Promosi.....	65
Tabel 3.5 Indikator Keputusan Pembelian	69
Tabel 3.6 Skala Pengukuran <i>Likert</i>	72
Tabel 4.1 Profil responden berdasarkan domisili.....	77
Tabel 4.2 Profil responden berdasarkan jenis kelamin	77
Tabel 4.3 Profil responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	78
Tabel 4.4 Profil responden berdasarkan usia	78
Tabel 4.5 Profil responden berdasarkan status pekerjaan	79
Tabel 4.6 Profil responden berdasarkan status pernikahan	80
Tabel 4.7 Profil responden berdasarkan penghasilan perbulan.....	80
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek	81
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	82
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk.....	83
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Variabel Promosi	84
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
Tabel 4.14 Goodness of Fit Indices Sebelum Dimodifikasi	89
Tabel 4.15 Goodness of Fit Indices Sesudah Dimodifikasi	91
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis	92