

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI
KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PRODUK
HAND SANITIZER ANTIS**

**(Studi Kasus Dimasa Pandemi Covid-19 Pada
Mahasiswa/i STEI Rawamangun Jakarta)**

SKRIPSI

NADYA PUTRI ARIZONA

21160000193



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

JAKARTA

2021

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI
KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PRODUK
HAND SANITIZER ANTIS**

**(Studi Kasus Dimasa Pandemi Covid-19 Pada
Mahasiswa/i STEI Rawmangun Jakarta)**

SKRIPSI

NADYA PUTRI ARIZONA

21160000193



**SKIRPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN
PERSYARATAN MENJADI SARJANA MANAJEMEN**

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA**

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PRODUK HAND SANITIZER ANTIS

(STUDI KASUS DIMASA PANDEMI COVID-19 PADA MAHASISWA/I STEI RAWAMANGUN JAKARTA)

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (S.M.) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI). Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Imelda Aprileny, SE., ME. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen. Serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

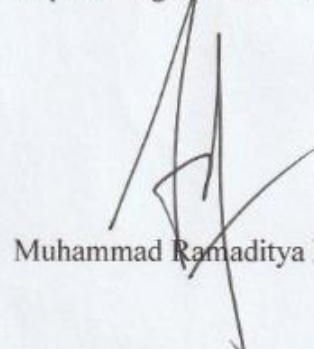
Jakarta, 10 Februari 2021

Menyetujui
Pembimbing,



Imelda Aprileny, SE., ME

Mengetahui
Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Muhammad Ramaditya BBA, MSc 22/02/2021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

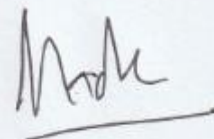
Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PRODUK HAND SANITIZER ANTIS

(STUDI KASUS DIMASA PANDEMI COVID-19 PADA MAHASISWA/I STEI RAWAMANGUN JAKARTA)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 10 Februari 2021



NADYA PUTRI ARIZONA

NPM 21160000193


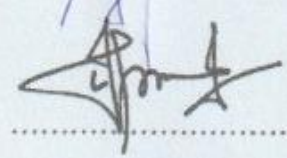
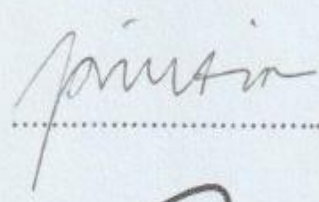
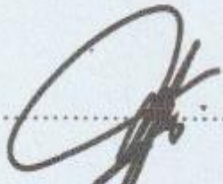
HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI
KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PRODUK
HAND SANITIZER ANTIS
(STUDI KASUS DIMASA PANDEMI COVID-19 PADA
MAHASISWA/I STEI RAWAMANGUN JAKARTA)**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) pada tanggal
dengan nilai

Panitia Ujian Skripsi

1.  : Muhammad Ramaditya BBA, MSc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Imelda Aprileny, SE., ME
(Pembimbing)
3.  : Pristina Hermastuti, SE., MBA
(Anggota Penguji)
4.  : Rama Chandra, SE, ME
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik.

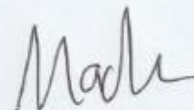
Pada kesempatan ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Imelda Aprileny, SE., ME., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.
4. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA., MSc. Selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen.
5. Seluruh dosen, staff dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang dengan tulus memberikan pendidikan dan pengajaran serta bantuan kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
6. Seluruh staff perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan waktu kepada peneliti untuk meminjamkan buku-buku untuk referensi dalam penulisan skripsi ini.
7. Orang tua yang telah membesarkan saya, mendidik, membimbing dan memberikan kasih sayang dan doa restu, serta keluarga besar saya yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan moril maupun material.
8. Ahdiyah Nugraha Minchan yang tidak pernah berhenti memberikan perhatian, doa, dukungan dan motivasi agar dapat menyelesaikan kuliah ini dengan baik.

9. Seluruh teman-teman diluar lingkungan kampus yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat serta doa dalam proses penyelesaian skripsi ini.
10. Para sahabat Lisa Rheana dan sahabat satu bimbingan yang terus memberi semangat dan masukan selama proses perkuliahan hingga penelitian skripsi.
11. Para teman-teman Manajemen kelas 1B yang terus saling memberikan dukungan dan memberikan masukan selama sesi perkuliahan berlangsung.
12. Seluruh teman-teman saya terutama untuk angkatan 2016 yang saling memberikan dukungan serta doa terbaik untuk dapat menyelesaikan skripsi di tengah-tengah pandemic ini.
13. Seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu selama menjalankan penelitian skripsi.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan serta dapat membantu perbaikan penulis-penulis lain yang akan datang. Sehingga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Jakarta, 10 Februari 2021



NADYA PUTRI ARIZONA

NPM 21160000193

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN

PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NADYA PUTRI ARIZONA
NPM : 21160000193
Program Studi : S-1 MANAJEMEN
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PRODUK HAND SANITIZER ANTIS

(STUDI KASUS DIMASA PANDEMI COVID-19 PADA MAHASISWA/I STEI RAWAMANGUN JAKARTA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan Karya Ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

Pada tanggal : 10 Februari 2021

Yang menyatakan,



(NADYA PUTRI ARIZONA)

Nadya Putri Arizona
NPM : 21160000193
ME
Program Studi
S1 Manajemen

Dosen Pembimbing
Imelda Aprileny, SE.,

PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK PRODUK HAND SANITIZER ANTIS (STUDI KASUS DIMASA PANDEMI COVID-19 PADA MAHASISWA/I STEI RAWAMANGUN JAKARTA)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh citra merek produk hand sanitizer Antis dimasa pandemi covid-19 pada mahasiswa/i STEI Rawamangun Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STEI.

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi penelitian yang bersifat asosiatif. Metoda yang digunakan dalam pengumpulan data ialah menggunakan kuesioner yang diukur oleh skala likert. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Jalur (Path Analysis). Dalam pengolahan data ini menggunakan program SmartPLS versi 3.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesadaran merek dan citra merek terdapat pengaruh langsung secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel persepsi kualitas tidak terdapat pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh langsung secara signifikan kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap citra merek. Terdapat pengaruh tidak langsung secara signifikan kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian melalui citra merek.

Kata Kunci : Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian dan Citra Merek

Nadya Putri Arizona
NPM : 21160000193
Study Program
S1 Manajemen

Advisory Lecturer
Imelda Aprileny, SE.,ME

***THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND PERCEIVED
QUALITY ON PURCHASE DECISIONS MEDIATED BRAND IMAGE
OF ANTIS HAND SANITIZER PRODUCTS
(CASE STUDY DURING THE PANDEMIC COVID-19 IN STEI
RAWAMANGUN STUDENTS JAKARTA)***

ABSTRACT

The study was conducted to determine and analyze the effect of brand awareness and perceived quality on purchasing decisions through the mediation of the brand image of Antis hand sanitizer products during the Covid-19 pandemic in STEI Rawamangun Jakarta students.

The strategy used in this research is an associative research strategy. The method used in data collection is to use a questionnaire which is measured by a Likert scale. The non probability sampling technique was used in taking research samples with a total sample size of 100 respondents. The data analysis used in this research is Path Analysis. SmartPLS program version 3.0. used in research data processing.

Brand awareness and brand image variables have a significant direct effect on purchasing decisions shown in the results of the study. While the perceived quality variable has no direct influence on purchasing decisions. The brand image is significantly influenced directly by brand awareness and perceived quality. Purchase decisions through brand image are indirectly influenced significantly by brand awareness and perceived quality.

Keywords : Brand Awareness, Perceived Quality, Purchase Decisions and Brand Image

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN	vi
PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	13

	Halaman
2.2.1 Pengertian Merek	13
2.2.2 Kesadaran Merek	14
2.2.2.1 Pengertian Kesadaran Merek	14
2.2.2.2 Indikator Kesadaean Merek	16
2.2.3 Persepsi Kualitas	18
2.2.3.1 Pengertian Persepi Kualitas	18
2.2.3.2 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kualitas ..	20
2.2.3.3 Indikator Persepsi Kualitas	21
2.2.4 Keputusan Pembelian	21
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	21
2.2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.2.4.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	24
2.2.5 Citra Merek	25
2.2.5.1 Pengertian Citra Merek	25
2.2.5.2 Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	26
2.2.5.3 Indikator Citra Merek	27
2.3 Keterkaitan Antar Variabel	27
2.3.1 Pengaruh Langsung Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.2 Pengaruh Langsung Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian	28
2.3.3 Pengaruh Langsung Kesadaran Merek terhadap Citra Merek	28
2.3.4 Pengaruh Langsung Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.5 Pengaruh Langsung Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	29
2.3.6 Pengaruh Tidak Langsung Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek	30
2.3.7 Pengaruh Tidak Langsung Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek	30

	Halaman
2.4 Kerangka Konseptual Penelitian	31
2.5 Pengembangan Hipotesis Penelitian	31
BAB III METODA PENELITIAN	33
3.1 Strategi Penelitian	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.2.1 Populasi Penelitian	33
3.2.2 Sampling dan Sampel Penelitian	34
3.3 Data dan Metoda Pengumpulan Data	35
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	36
3.5 Metoda Analisis Data	39
3.5.1 Metoda Pengolahan Data	39
3.5.2 Metoda Penyajian Data	40
3.5.3 Analisis Statistik Data	41
3.5.4 Analisis Outer Model	41
3.5.5 Analisis Inner Model	43
3.5.6 Pengujian Hipotesis Data	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	47
4.2 Dekripsi Responden	49
4.2.1 Usia	50
4.2.2. Jenis Kelamin	50
4.2.3 Tahun Angkatan	51
4.2.4 Jurusan	52
4.3 Deskripsi Data	52
4.3.1 Variabel Kesadaran Merek (X_1)	53
4.3.2 Variabel Persepsi Kualitas (X_2)	53
4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
4.3.4 Variabel Citra Merek (Z)	55
4.4 Analisis Data.....	55

	Halaman
4.4.1 Menilai Outer Model	55
4.4.1.1 Validitas Konvergen	56
4.4.1.2 Validitas Diskriminan	61
4.4.1.3 Composite Reliability	62
4.4.1.4 Average Variance Extracted (AVE)	63
4.4.2 Menilai Model Struktural (Inner Model)	64
4.4.2.1 Nilai R-Square	64
4.4.2.2 Goodness of Fit (GoF)	65
4.5 Pengujian Hipotesis	66
4.5.1 Pengujian Hipotesis 1 : Pengaruh Langsung Kesadaran Merek (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	68
4.5.2 Pengujian Hipotesis 2 : Pengaruh Langsung Persepsi Kualitas (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	68
4.5.3 Pengujian Hipotesis 3 : Pengaruh Langsung Kesadaran Merek (X1) terhadap Citra Merek (Z)	69
4.5.4 Pengujian Hipotesis 4 : Pengaruh Langsung Persepsi Kualitas (X2) terhadap Citra Merek (Z)	69
4.5.5 Pengujian Hipotesis 5 : Pengaruh Langsung Citra Merek (Z) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	70
4.5.6 Pengujian Hipotesis 6 : Pengaruh Tidak Langsung Kesadaran Merek (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z)	70
4.5.7 Pengujian Hipotesis 7 : Pengaruh Tidak Langsung Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Citra Merek (Z)	71
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	73
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya	73
DAFTAR REFERENSI	75

	Halaman
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Merek Hand Sanitizer Yang Ada di Indonesia	4
Tabel 1.2 Top Brand Award Kategori Cairan Antiseptik Pembersih Tangan ...	4
Tabel 3.1 Bobot Nilai Skala Likert	37
Tabel 3.2 Operasional Variabel	38
Tabel 3.3 Parameter Uji Validitas Model Pengukuran PLS	42
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	51
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Jurusan	52
Tabel 4.5 Outer Loading	57
Tabel 4.6 Re-estimasi Outer Loading	59
Tabel 4.7 Re-estimasi Outer Loading Kedua Kali	61
Tabel 4.8 Validitas Diskriminan (Cross Loading)	62
Tabel 4.9 Composite Reliability dan Cronbach Alpha	63
Tabel 4.10 Average Variance Extracted (AVE)	63
Tabel 4.11 Nilai R-Square	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Goodness of Fit	66
Tabel 4.13 Path Coefficients	67
Tabel 4.14 Specific Indirect Effects	67

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Produk yang Diprediksi Mengalami Peningkatan Pembelian	1
Gambar 1.2 Produk yang Diprediksi Mengalami Peningkatan	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 4.1 Diagram Skala Likert Variabel Kesadaran Merek	53
Gambar 4.2 Diagram Skala Likert Variabel Persepsi Kualitas	54
Gambar 4.3 Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian	54
Gambar 4.4 Diagram Skala Likert Variabel Citra Merek	55
Gambar 4.5 Hasil PLS Algorithm	56
Gambar 4.6 Hasil Re-estimasi PLS Algorithm	58
Gambar 4.7 Hasil Re-estimasi PLS Algorithm Kedua Kali	60
Gambar 4.8 Hasil Boothstrapping dengan PLS	64

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	81
Lampiran 2. Tabulasi Data Kesadaran Merek (X1)	85
Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel Persepsi Kualitas (X2)	88
Lampiran 4. Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	91
Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel Citra Merek (Z)	94
Lampiran 6. Hasil PLS Algorithm	97
Lampiran 7. Hasil Outer Loading	98
Lampiran 8. Hasil Re-estimasi PLS Algorithm	99
Lampiran 9. Hasil Re-estimasi Outer Loading	100
Lampiran 10. Hasil PLS Algorithm Re-estimasi Kedua Kali	101
Lampiran 11. Hasil Outer Loading Re-estimasi Kedua Kali	102
Lampiran 12. Discriminant Validity (Cross Loading)	103
Lampiran 13. Construct Reliability and Validity	103
Lampiran 14. Hasil PLS Boothstrapping	104
Lampiran 15. Hasil Nilai R-Square	104
Lampiran 16. Hasil Model FIT	105
Lampiran 17. Hasil Path Coefficients	105
Lampiran 18. Hasil Specific Indirect Effects	106
Lampiran 19. Surat Keterangan Riset	107
Lampiran 20. Daftar Riwayat Hidup	108