

**PENGARUH *BRAND TRUST*, HARGA PRODUK,  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI  
(Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Sukapura, Cilincing)**

**SKRIPSI**

**HERMANSYAH  
21160600130**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

**PENGARUH *BRAND TRUST*, HARGA PRODUK,  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI  
(Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Sukapura, Cilincing)**

**SKRIPSI**

**HERMANSYAH  
21160600130**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *BRAND TRUST*, HARGA PRODUK,  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI  
(Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Sukapura, Cilincing)**

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, Februari 2021

**HERMANSYAH**  
NPM 21160600130

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

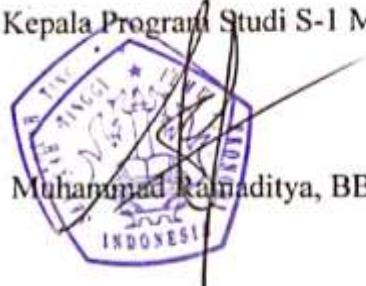
**PENGARUH *BRAND TRUST*, HARGA PRODUK,  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI  
(Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Sukapura, Cilincing)**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Megayani, SE. MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, Februari 2021

Pembimbing,  
  
Megayani, SE. MM.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen

  
Muhammad Rahnaditya, BBA., M.Sc. # 1102 31/02/2021

## HALAMAN PENGESAHAN

Karya ilmiah dengan judul :

**PENGARUH *BRAND TRUST*, HARGA PRODUK,  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI  
(Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Sukapura, Cilincing)**

telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal **Februari 2021** dengan nilai \_

**Panitia Ujian Karya ilmiah**

1.  .....; Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc.  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  .....; Megayani, SE. MM..  
(Pembimbing)
3.  .....; Meita Pragiwani, Dr. Ir. MM  
(Anggota Penguji)
4.  .....; Lina Noersanti, S.Si, M.S  
(Anggota Penguji)

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian, persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah 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 Megayani, SE. MM.. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan petunjuk dan koreksi atas penelitian skripsi ini.
2. Dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs Ridwan Maronrong, M.Sc., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Ibu Dr. Diah Pranasari, SP., MM. selaku Kepala Departemen Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
5. Bapak Muhammad Ramaditya, BBA.,M.Sc. selaku Kepala Prodi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
6. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang telah memberikan ilmu Manajemen dan ilmu penunjang lainnya.
7. Pihak Kelurahan Sukapura Cilincing yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.
8. Pihak PT. Bogasari Flour Mills yang telah membantu untuk memberikan data-data yang diperlukan.
9. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan, doa dan motivasi agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, Februari 2021

**HERMANSYAH**

NPM 21160600130

# **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : HERMANSYAH  
NPM : 21160600130  
Program Studi : S1 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 karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH *BRAND TRUST*, HARGA PRODUK,  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI  
(Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Sukapura, Cilincing)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini 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 : Jakarta  
Pada tanggal : Februari 2021

Yang menyatakan,

ttd

Hermansyah



Hermansyah  
NPM : 21160600130  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Megayani, SE. MM..

**PENGARUH *BRAND TRUST*, HARGA PRODUK,  
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI  
(Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Sukapura, Cilincing)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand trust*, harga produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Sukapura, Cilincing)

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif dengan metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli tepung terigu Bogasari di Kelurahan Sukapura, Cilincing. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Penelitian ini menggunakan metode analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis dengan Software (perangkat lunak) SPSS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh yang signifikan *brand trust*, harga produk, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian tepung terigu Bogasari di Kelurahan Sukapura, Cilincing.

*Kata kunci* : *Brand Trust*, Harga Produk, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

Hermansyah  
NPM : 21160600130  
Programme Study S-1 Management

*Advisor Lecturer :*  
Megayani, SE. MM..

***THE INFLUENCE OF BRAND TRUST, PRODUCT PRICE,  
AND BRAND IMAGE ON DECISIONS PURCHASE OF BOGASARI  
WHEAT FLOUR  
(Case Study on Consumers in Sukapura Village, Cilincing)***

***ABSTRACT***

*The aims of this study was to determine the effect of brand trust, product prices, and brand image on purchasing decisions of Bogasari wheat flour (Case Study on Consumers in Sukapura Village, Cilincing).*

*The strategy used an associative strategy with a survey method. The population in this study were all buyers of Bogasari flour in Sukapura Village, Cilincing. The sampling technique used purposive sampling with a total sample of 97 respondents. The data collection technique used questionnaire that has been tested for validity and reliability. This study used the analysis method of the coefficient of determination and hypothesis testing with SPSS software.*

*The results of this study indicated that partially and simultaneously had significant effect of brand trust, product price, and brand image on purchasing decisions for Bogasari flour in Sukapura Village, Cilincing.*

*Keywords: Brand Trust, Product Price, Brand Image, Purchase Decision*

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL SAMPUL LUAR .....	i
HALAMAN JUDUL SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	viii
ABSTRAK .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. <i>Review</i> Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. Pemasaran .....	13
2.2.2. <i>Brand trust</i> .....	14
2.2.3. Harga produk.....	19
2.2.4. <i>Brand image</i> .....	20
2.2.5. Keputusan pembelian.....	23

	<b>Halaman</b>
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	30
2.3.1. Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap keputusan pembelian.....	30
2.3.2. Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian.....	31
2.3.3. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian.....	31
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian.....	32
2.5. Pengembangan Hipotesis Penelitian .....	33
<b>BAB III METODA PENELITIAN.....</b>	<b>34</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	34
3.2. Populasi dan Sampel .....	34
3.2.1. Populasi penelitian.....	34
3.2.2. Sampel penelitian .....	35
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	37
3.3.1. Jenis Data.....	37
3.3.2. Metoda pengumpulan data .....	37
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	40
3.5. Metoda Analisis Data.....	41
3.5.1. Metoda Pengolahan Data.....	42
3.5.2. Metoda Penyajian Data.....	42
3.5.3. Analisis Statistik Data .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>46</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	46
4.2. Deskripsi Responden.....	49
4.3. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	51
4.3.1. Uji validitas .....	51
4.3.2. Uji reliabilitas .....	53
4.4. Deskripsi Data.....	54

	<b>Halaman</b>
4.5. Analisis Statistik Data.....	56
4.5.1. Analisis koefisien determinasi.....	56
4.5.2. Pengujian hipotesis.....	60
4.6. Hasil Penelitian .....	63
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>66</b>
5.1. Simpulan .....	66
5.2. Saran.....	67
5.3. Keterbatasan dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	68
DAFTAR REFERENSI .....	69
LAMPIRAN.....	72

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> Top Brand Index Produk Tepung Terigu Segitiga Biru Bogasari Tahun 2017 – 2019 .....	3
<b>Tabel 2.1.</b> Keterlibatan dalam Pengambilan Keputusan .....	25
<b>Tabel 3.1.</b> Bobot Nilai Skala Likert .....	38
<b>Tabel 3.2.</b> Variabel dan Indikator Penelitian.....	40
<b>Tabel 4.1.</b> Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
<b>Tabel 4.2.</b> Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Usia .....	49
<b>Tabel 4.3.</b> Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan terakhir .....	50
<b>Tabel 4.4.</b> Data Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan .....	50
<b>Tabel 4.5.</b> Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel <i>Brand trust</i> .....	51
<b>Tabel 4.6.</b> Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Harga produk .....	52
<b>Tabel 4.7.</b> Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel <i>Brand image</i> .....	52
<b>Tabel 4.8.</b> Validitas Instrumen Per butir untuk Variabel Keputusan Pembelian	53
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	53
<b>Tabel 4.10.</b> Koefisien Determinasi Parsial <i>Brand trust</i> ( $X_1$ ) dan Keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y) .....	57
<b>Tabel 4.11.</b> Koefisien Determinasi Parsial Variabel Harga produk ( $X_2$ ) Terhadap Variabel Keputusan pembelian (Y) .....	57
<b>Tabel 4.12.</b> Koefisien Determinasi Parsial Variabel <i>Brand image</i> ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan pembelian (Y).....	58
<b>Tabel 4.13.</b> Koefisien Determinasi Berganda .....	59
<b>Tabel 4.14.</b> Pengujian Hipotesis Parsial Variabel <i>Brand trust</i> ( $X_1$ ), Variabel Harga produk ( $X_2$ ), Variabel <i>Brand image</i> ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan pembelian (Y) .....	60

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 4.15.</b> Hasil Pengujian hipotesis secara parsial $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ dengan $Y$ .....	62
<b>Tabel 4.16.</b> Hasil Pengujian Hipotesis Berganda Variabel <i>Brand trust</i> ( $X_1$ ), Variabel Harga produk ( $X_2$ ), Variabel <i>Brand image</i> ( $X_3$ ) Terhadap Variabel Keputusan pembelian ( $Y$ ) .....	62
<b>Tabel 4.17.</b> Hasil Pengujian hipotesis secara berganda $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ dengan $Y$ ..	63

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Tahap-tahap Keputusan Pembelian .....	26
<b>Gambar 2.2.</b> Kerangka Konseptual Penelitian .....	33
<b>Gambar 4.1.</b> Diagram Skala Likert Variabel <i>Brand trust</i> ( $X_1$ ) .....	54
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel Harga produk ( $X_2$ ) .....	55
<b>Gambar 4.3.</b> Diagram Skala Likert Variabel <i>Brand image</i> ( $X_3$ ).....	55
<b>Gambar 4.4.</b> Diagram Skala Likert Variabel Keputusan pembelian (Y) .....	56
<b>Gambar 4.5.</b> Hasil koefisien determinasi parsial dan berganda. ....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	72
<b>Lampiran 2.</b> Rekapitulasi Data Variabel <i>Brand trust</i> ( $X_1$ ) .....	76
<b>Lampiran 3.</b> Rekapitulasi Data Variabel Harga produk ( $X_2$ ) .....	79
<b>Lampiran 4.</b> Rekapitulasi Data Variabel <i>Brand image</i> ( $X_3$ ).....	82
<b>Lampiran 5.</b> Rekapitulasi Data Variabel Keputusan pembelian (Y) .....	85
<b>Lampiran 6.</b> Rekapitulasi Data Berpasangan Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ dan Y ....	88
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Brand trust</i> ( $X_1$ ).....	91
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Harga produk ( $X_2$ ).....	92
<b>Lampiran 9.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas <i>Brand image</i> ( $X_3$ ).....	93
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan pembelian (Y).....	94
<b>Lampiran 11.</b> Hasil Reliabilitas Keputusan pembelian (Y).....	95
<b>Lampiran 12.</b> Hasil Output SPSS (Deskripsi Data).....	97
<b>Lampiran 13.</b> Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi Parsial).....	98
<b>Lampiran 14.</b> Hasil Output SPSS (Koefisien Determinasi berganda).....	99
<b>Lampiran 15.</b> Surat Keterangan Riset.....	100
<b>Lampiran 16.</b> Dokumentasi Riset Penelitian .....	101
<b>Lampiran 17.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	102