

**PENGARUH CUSTOMER REVIEW, KEPERCAYAAN MERK
TERHADAP MINAT BELI DAMPAKNYA PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JERSEY PRINTING
ARD SPORT SRAGEN**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Penyusunan Tugas Skripsi Jenjang Strata 1 Pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh:

ALAN ARDIAPRESTOGA

B100170247

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**PENGARUH CUSTOMER REVIEW, KEPERCAYAAN MERK
TERHADAP MINAT BELI DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK JERSEY PRINTING ARD SPORT SRAGEN**

Yang ditulis dan disusun oleh:

ALAN ARDIAPRESTOGA
B100170247

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 21 Juni 2021

Pembimbing

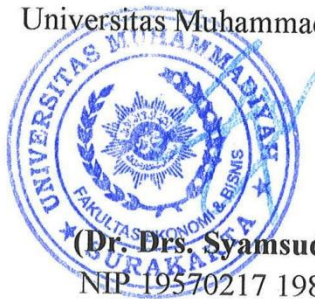


(Lukman Hakim, S.E., M.Si.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Drs. Syamsudin, M.M.)

NIP. 19570217 1986 031 001



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **ALAN ARDIAPRESTOGA**

NIM : **B100170247**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH CUSTOMER REVIEW, KEPERCAYAAN
MERK TERHADAP MINAT BELI DAMPAKNYA PADA
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JERSEY
PRINTING ARD SPORT SRAGEN**

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 dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 01 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

ALAN ARDIAPRESTOGA

MOTTO

“Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.”

Q.S Al-Mujadilah: 11

"Ilmu itu ada dua macam: apa yang diserap dan yang didengar. Dan yang didengar tidak akan memberikan manfaat jika tidak diserap"

Ali bin Abi Thalib

PERSEMBAHAN

Persembahan tugas akhir ini saya ucapkan rasa cinta dan kasih untuk:

1. Allah SWT atas kemurahan dan ridho-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Suwardi S.Pd., M.M. dan Ibu Kartini S.Pd selaku kedua orang tua saya yang selalu mendokan dan memberikan support serta motivasi kapanpun dan dimanapun sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan jenjang Sarjana 1.
3. Bapak Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Lukman Hakim,SE, MSi selaku dosen pembimbing yang selalu mengarahkan saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
6. Bapak Sidiq Permono, S.E., M.M. dan Bapak Ikhwan Susilo, S.E., MSi. PhD selaku dosen penguji.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman konsumen, dan kepercayaan merek Terhadap keputusan pembelian dan minat pembelian sebagai variabel mediasi. Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 110 responden pada Produk Jersey Printing ARD Sport Sragen. Teknik pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *purposive* dimana setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai subjek. Alat analisis pada penelitian ini yaitu analisis diagram jalur (*path analysis*) dengan menggunakan software Smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: variabel pengalaman konsumen dan kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat pembelian dan minat pembelian berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan minat pembelian memediasi secara positif signifikan antara pengalaman konsumen dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Pengalaman Konsumen, Kepercayaan Merek, Minat Pembelian, Keputusan Pembelian*

ABSTRACTION

This study aims to determine the effect of consumer experience, and brand trust on purchasing decisions and purchase intention as a mediating variable. This research is included in quantitative research. The sample in this study was 110 respondents on Jersey Printing Products ARD Sport Sragen. The sample selection technique in this study is using purposive where each element of the population has the same opportunity to be selected as a subject. The analytical tool in this research is path analysis using the Smart PLS software. The results of this study indicate that: the variables of consumer experience and brand trust have a significant positive effect on purchase intention and purchase interest have a significant positive effect on purchasing decisions. Meanwhile, purchase intention mediates positively significantly between consumer experience and brand trust in purchasing decisions.

Keywords: *Consumer Experience, Brand Trust, Purchase Interest, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmaanirrohiim

Assalamu'allaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "PENGARUH CUSTOMER REVIEW, KEPERCAYAAN MERK TERHADAP MINAT BELI DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JERSEY PRINTING ARD SPORT SRAGEN". Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah menghantarkan kita menjadi umat pilihan.

Penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak 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 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Lukman Hakim, SE, MSi . selaku Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Sidiq Permono, S.E., M.M. dan Bapak Ikhwan Susilo, S.E., MSi. PhD selaku dosen penguji.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmunya kepada penulis dan mahasiswa lainnya.

7. Bapak Suwardi S.Pd., M.M. dan Ibu Kartini S.Pd selaku kedua orang tua saya yang selalu mendokan dan memberikan support serta motivasi kapanpun dan dimanapun sehingga saya bisa menyelesaikan pendidikan jenjang Sarjana 1
8. Kakak, Adik serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungannya. Terima kasih atas segala doa, motivasi, nasehat, serta pengorbanan yang tiada henti untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.
9. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekuarangan baik dari penulis maupun penyajian. Segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat dibutuhkan untuk penyempurnaan skripsi ini khususnya bagi peneliti selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal yang sukses bagi penulis di masa depan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Penulis,

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACTION.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori	9
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Kerangka Berfikir	32
D. Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Populasi dan Sampel	38
C. Teknik Pengambilan Sampel	38
D. Definisi Operasional dan Pengukuran	39
E. Data dan Sumber Data.....	42
F. Metode Pengumpulan Data	43
G. Metode Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
A. Sejarah Singkat	47
B. Diskripsi Responden	48
C. Analisis Data	51
D. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator-Indikator Variabel	40
Tabel 3.2 Parameter dan Role of Thumb Pada Outer Model	44
Tabel 3.3 Kriterion dan Role of Thumb Pada Inner Model	46
Tabel 4.1 Diskripsi Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2 Diskripsi Pekerjaan	49
Tabel 4.3 Diskripsi Usia.....	49
Tabel 4.4 Diskripsi Pendapatan.....	50
Tabel 4.5 Hasil Validitas 1 (Loading Factor).....	51
Tabel 4.6 Hasil Validitas 2 (AVE).....	53
Tabel 4.7 Hasil Validitas 3 (Cross Loading).....	53
Tabel 4.8 Hasil Analisis Reliabilitas	54
Tabel 4.9 Hasil R Square	56
Tabel 4.10 Hasil F Square.....	57
Tabel 4.11 Hasil Q Square	57
Tabel 4.12 Hasil Path Coefficient	58
Tabel 4.13 Hasil Indirect.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Dalam Penelitian ini.....	32
Gambar 4.1 Model Outer	51
Gambar 4.2 Model Inner	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Lembar Kuisioner	80
Lampiran 2 : Hasil Analisis	86