

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *BRAND TRUST*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
COCA COLA**

**(Studi Kasus Di Perumahan Puri Harmoni 6 Cileungsi –Bogor)**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**YULIUS SRIWOTO**

**201510325019**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2019**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust*  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coca  
Cola (Studi Kasus Di Perumahan Puri  
Harmoni 6 Cileungsi – Bogor).

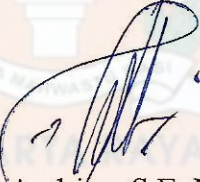
Nama Mahasiswa : Yulius Sriwoto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325019

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2019

Jakarta, 30 Juli 2019  
MENYETUJUI,  
Pembimbing

  
Andrian, S.E.,M.M.  
NIDN 032107710

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coca Cola (Studi Kasus Di Perumahan Puri Harmoni 6 Cileungsi – Bogor).

Nama Mahasiswa : Yulius Sriwoto

Nomor Pokok Mahasiswa : 201510325019

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 17 Juli 2019

Jakarta, 30 Juli 2019

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Widi Winarso, S.E.,M.M. (.....) NIDN 0319067606

Penguji I : Hadita, S.Pd.,M.M. (.....) NIDN 0329048302

Penguji II : Andrian, S.E.,M.M. (.....) NIDN 0321077102

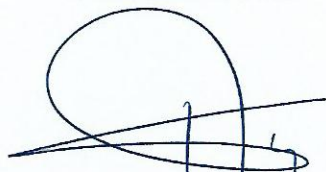
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E.,M.M.  
NIDN 0325057908

Dekan  
Fakultas Ekonomi



Dr. Sugeng Suroso, S.E.,M.M.  
NIDN 031606620

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa,

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coca Cola (Studi Kasus Di Perumahan Puri Harmoni 6 Cileungsi – Bogor)”.

Ini adalah benar – benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya sudah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 25 Juli 2019

Yang membuat pernyataan,



Yulius Sriwoto  
201510325019

## ABSTRAK

**Yulius Sriwoto. 201513025019.** Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coca Cola (Studi Kasus Di Perumahan Puri Harmoni 6 Cileungsi – Bogor). Penelitian ini tentang ada atau tidaknya pengaruh *brand image* dan *brand trust* terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan uji hipotesis. Setelah melakukan penelitian dan perhitungan dengan menggunakan program SPSS 22 menghasilkan bahwa *brand image* dan *brand trust* secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk Coca Cola.

Kata Kunci (*sentence case*): Keputusan Pembelian, *Brand Image*, *Brand Trust*



## ABSTRACT

*Yulius Sriwoto. 201513025019. Effect of Brand Image and Brand Trust on Coca Cola Product Purchasing Decisions (Case Study in Puri Harmoni 6 Cileungsi - Bogor). This study is about whether or not the influence of brand image and brand trust on purchasing decisions using quantitative methods and using hypothesis testing. After conducting research and calculations using the SPSS 22 program resulted in the brand image and brand trust jointly having a positive influence on the decision to purchase Coca Cola products.*

*Keywords (sentence case): Purchase Decision, Brand Image, Brand Trust*



## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penyusun panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Coca Cola Di Perumahan Puri Harmoni 6 Blok B Cileungsi - Bogor”.

Penulisan karya ilmiah ini yaitu untuk memenuhi syarat tugas akhir kuliah tahun akademik 2019/2020 Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA. Penyusun menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kata sempurna sehingga penyusun sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak yang telah membaca.

Penyusun menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dari itu dengan penuh hormat penyusun ucapkan terima kasih kepada:

1. Irjen Pol (Purn) Drs. H. Bambang Karsono, SH.,MM., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Sugeng Suroso, SE.,MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, SE,MM, selaku kepala program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi.
4. Andrian, SE.,MM., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan terus memberikan motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Muhammad RichoRianto, SE.,MM., selaku dosen pembimbing akademik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya atas segala limpahan ilmu yang diberikan kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman yang saling berbagi ilmu, pengalaman dan dukungan.

Penyusun sudah berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penyusun

harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat dimengerti dan bermanfaat bagi pengembangan ilmu dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

Jakarta, 25 Juli 2019

Penyusun



Yulius Sriwoto



.....



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Pemasalahan.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1 Pengertian Brand dan Brand Image.....	7
2.1.1 Pengertian Brand.....	7
2.1.2 Pengertian Brand Image.....	8
2.2 Pengertian Brand Trust.....	8
2.3 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.4.1 Model Keputusan Pembelian.....	12
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
2.4 Penelitian Terdahulu.....	17
2.5 Kerangka Befikir.....	19
2.6 Hipotesis Penelitian.....	20

<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	22
3.1	Desain Penelitian	22
3.2	Tahapan Penelitian	22
3.2.1	Tahapan Perencanaan	22
3.2.2	Tahap Pelaksanaan	23
3.3	Operasionalisasi Variabel	24
3.3.1	Variabel Independen	24
3.3.2	Variabel Dependen	24
3.4	Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.4.1	Waktu Penelitian	24
3.4.2	Tempat Penelitian	25
3.5	Metode Pengambilan Sample	25
3.6	Metode Analisa Data	26
3.6.1	Uji Validitas	26
3.6.2	Uji Reliabilitas	27
3.6.3	Analisis Regresi Linear Berganda	27
3.6.4	Koefisien Determinasi (R Square)	27
3.6.5	Uji Asumsi Klasik	28
3.6.6	Uji Normalitas	28
3.6.7	Uji Multikolinearitas	28
3.6.8	Uji Heterokedastisitas	28
3.6.9	Uji Hipotesis	29
3.6.10	Uji Parsial (Uji t)	29
3.6.11	Uji Simultan (Uji F)	30
3.6.12	Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	30
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	32
4.1	Sejarah Perusahaan	32
4.1.2	Visi PT. Coca-Cola Amatil Indonesia	33
4.1.3	Nilai PT. Coca-Cola Amatil Indonesia	33
4.2	Uji Validitas	33
4.3	Uji Reliabilitas	34
4.4	Uji Asumsi Klasik	35

4.4.1 Uji Normalitas .....	35
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	36
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	37
4.4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
4.4.5 Uji t (parsial).....	39
4.4.6 Uji f (simultan) .....	41
4.4.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	41
4.5 Pembahasan .....	42
4.6 Hambatan Penelitian.....	44
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>45</b>
5.1 Kesimpulan .....	45
5.2 Implikasi Manajerial.....	45
5.3 Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 10 Merek Minuman Ringan Non-Alkohol Terbaik Dunia 2018</b> .....	2
<b>Tabel 2.1 5 Merek Minuman Ringan Non-Alkohol Terbaik di Indonesia 2018</b> .....	3
<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	17
<b>Tabel 3.1 Bobot Nilai Kuesioner</b> .....	26
<b>Tabel 4.1 Uji Validitas</b> .....	34
<b>Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas</b> .....	34
<b>Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas</b> .....	35
<b>Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas</b> .....	36
<b>Tabel 4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda</b> .....	38
<b>Tabel 4.6 Hasil Uji t (parsial)</b> .....	39
<b>Tabel 4.7 Hasil Uji f (simultan)</b> .....	40
<b>Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup></b> .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Teoriherarki Maslow.....	11
Gambar 2.2: Tahapan perilaku konsumen.....	13
Gambar 2.3: Kerangka berpikir.....	20
Gambar 4.1 Grafik <i>scatterplot</i> pada uji heteroskedastisitas.....	37



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Uji Plagiarisme.
- Lampiran 2 : Uji Referensi Skripsi.
- Lampiran 3 : Nomor Butir Angket Hasil Koesioner Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Coca Cola.

