

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND AWARENESS* DAN  
KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI  
(STUDI PADA CAFE *WALK THE TALK COFFEE* BEKASI)**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**ALFARO MULIEL MUKTI**

**(201910325225)**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, *Brand Awareness* dan  
Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli  
(Studi Pada Café *Walk the Talk Coffee* Bekasi)

Nama Mahasiswa : Alfaro Muliel Mukti

Nomor Pokok Mahasiswa : 201910325225

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis.

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2023

Jakarta, 17 Juli 2023

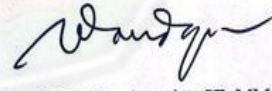
MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Dr. Dhan Tyas Untari, S.E., M.M., M.B.A.

NIDN. 0309048102

  
Milda Handayani, SE, MM

NIDN. 0330087504

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi, *Brand Awareness* dan  
Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli  
(Studi Pada Café *Walk the Talk Coffee* Bekasi)

Nama Mahasiswa : Alfaro Muliel Mukti

Nomor Induk Mahasiswa : 201910325225

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 13 Juli 2023

Jakarta, 17 Juli 2023

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M.  
NIDN. 0327037601

Sekretaris Tim : Franciscus Dwikotjo Sri S, S.T., M.M.  
Penguji NIDN. 0329017202

Penguji : Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., M.B.A.  
NIDN. 0309048102

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi  
Manajemen

Dr. Hadita, S.Pd., M.M.  
NIDN. 0329048302

Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., M.B.A.  
NIDN. 0310036407

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Promosi, *Brand Awareness* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli (Studi Pada Café *Walk the Talk Coffee* Bekasi) ”

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

Apabila di kemudian 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 Perpustakaan 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, 17 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Alfaro Muliel Mukti

201910325225 ↗



## ABSTRAK

**Alfaro Muliel Mukti 201910325225.** Skripsi ini berjudul Pengaruh Pengaruh Promosi, *Brand Awareness* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli (Srudi Pada Cafe *Walk the Talk Coffee* Bekasi)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yaitu Promosi, *Brand Awareness* dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat Beli. Penelitian ini dilakukan di Café *Walk the Talk Coffee* Bekasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Pengaruh Promosi, *Brand Awareness* dan Kepercayaan Konsumen berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap Minat Beli. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh warga di kota Bekasi dan sekitarnya. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan dijadikan sampel sebanyak 96 orang.

Data dianalisis menggunakan SPSS. 26 Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis t, uji hipotesis f, uji analisis linier berganda dan analisis koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial promosi memiliki pengaruh terhadap minat beli, secara parsial *brand awareness* memiliki pengaruh terhadap minat beli, secara parsial kepercayaan konsumen memiliki pengaruh terhadap minat beli. Hasil uji f yaitu secara simultan promosi, *brand awareness*, kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap minat beli pada Café *Walk the Talk coffee* di Bekasi.

Kata Kunci : Promosi, *Brand Awareness*, Kepercayaan Konsumen, Minat Beli

## ABSTRACT

**Alfaro Muliel Mukti 201910325225.** *This thesis is entitled The Effects of Promotion, Brand Awareness and Consumer Confidence on Purchase Intention (Srudi Pada Cafe Walk the Talk Coffee Bekasi)*

*This study aims to determine the effect of the independent variables namely Promotion, Brand Awareness and Consumer Trust on Purchase Intention. This research was conducted at Café Walk the Talk Coffee Bekasi. This study aims to determine whether the Effect of Promotion, Brand Awareness and Consumer Trust simultaneously and partially influence Purchase Intention. The method used in this research is a quantitative method. The population in this study are all residents in the city of Bekasi and its surroundings. Determining the number of samples in this study using a purposive sampling technique and a sample of 96 people.*

*Data were analyzed using SPSS. 26 The analytical methods used are validity test, reliability test, classic assumption test, hypothesis t test, hypothesis f test, multiple linear analysis test and analysis of the coefficient of determination. The results showed that partially promotion had an influence on purchase intention, partially brand awareness had an influence on purchase intention, partially consumer trust had an influence on purchase intention. The results of the f test are simultaneous promotions, brand awareness, consumer trust that influence buying interest at Café Walk the Talk coffee in Bekasi.*

*Keywords: Promotion, Brand Awareness, Consumer Trust, Purchase Intention*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji penulis ucapkan kepada pencipta alam beserta isinya, Allah SWT yang telah memberikan pertolongan yang tiada terhingga penyusunan proposal skripsi ini selesai dengan baik. Proposal skripsi ini indisusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Bhayangkara JakartaRaya. Adapun judul Skripsi ini yaitu "PENGARUH PROMOSI, *BRAND AWARENESS* DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP MINAT BELI (STUDI PADA *CAFE WALK THE TALK COFFEE BEKASI*)."

Dalam Kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang takterhinggakepada yang terhormat :

1. Inspektur Jendral Polisi (P) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
2. Dr. Dewi Puspaningtyas Faeni, B.Sc., MBA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi.
3. Dr. Hadita, S.Pd., M.M. Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi Serta Selaku kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Dhian Tyas, S.E., M.M, MBA. Selaku Pembimbing I yang senantiasa membimbing dan memberikan arahan kepada penulis.
5. Milda Handayani., SE., MM, Selaku Dosen Pembimbing II Skripsi yang senantiasa membimbing serta memberi banyak dukungan kepada penulis.

6. Dr. Supardi., S.T., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik semester 1 hingga semester 7 yang tetap selalu memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis. epada kedua orang tua tercinta : Bapak Rochmat dan Ibu Muljiyati yang telah memberikan dukungan dan semangat penuh baik secara moral, material dan juga do'a untuk penulis.
7. Untuk teman-teman saya beserta rekan – rekan kerja yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat kepada penulis.
8. Rekan – rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Tahun ajaran 2019, atas semua dukungan, semangat serta kerjasamanya dalam penyusunan skripsi ini.
9. Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan tempat serta fasilitas dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna.

Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga proposal skripsi ini dapat memerikan manfaat ilmu pengetahuan dibidang Manajemen bagi semua pihak.

Bekasi, 17 Juli 2023

Alfaro Muliel Mukti



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
ABSTRACT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Masalah .....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Telaah Teori .....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 Promosi .....	9
2.1.3 <i>Brand Awareness</i> .....	12
2.1.4 Kepercayaan Konsumen .....	14
2.1.5 Minat Beli .....	16
2.2 Telaah Empiris .....	19
2.2.1 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka Konseptual .....	27
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian .....	29
3.2 Populasi dan Sampel .....	29
3.2.1 Populasi.....	29
3.2.2 Sampel .....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.4 Operasional Variabel.....	31
3.5 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	32

3.6 Metode Pengambilan Populasi dan Sampel .....	32
3.7 Sumber Data .....	33
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.9 Metode Analisis Data .....	34
3.9.1 Uji Validitas .....	34
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	34
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	35
3.9.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	37
3.9.5 Uji hipotesis .....	38
BAB IV .....	41
4.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	41
4.1.1    Sejarah Cafe Walk the Talk Coffee .....	41
4.1.2    Visi dan Misi <i>Café Walk the Talk Coffee</i> .....	41
4.1.3    Struktur Organisasi .....	42
4.2    Hasil Penelitian.....	44
4.3    Uji Kualitas Data .....	48
4.3.1    Uji Validitas .....	48
4.3.2    Uji Reabilitas.....	50
4.4    Uji Asumsi Klasik .....	51
4.4.1    Uji Normalitas .....	51
4.4.2    Uji Multikolinieritas.....	53
4.4.3    Uji Heteroskedastisitas.....	54
4.5    Uji Linier Berganda.....	56
4.6    Uji Hipotesis.....	58
4.6.1    Uji T Parsial .....	58
4.6.2    Uji F Simultan .....	60
4.6.3    Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
4.7    Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.7.1    Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli .....	61
4.7.2    Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Minat Beli .....	62
4.7.3    Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli .....	63
4.7.4    Pengaruh Promosi, <i>Brand Awareness</i> , dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli .....	64

BAB V.....	65
5.1    Kesimpulan.....	65
5.2    Saran.....	66
LAMPIRAN.....	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	105



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel 3. 1 Operasional Tabel .....	31
Tabel 3. 2 Pengukuran Indikator Variabel .....	33
Tabel 4. 1 Hasil Penyebaran dan Penerimaan Kuesioner .....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir..	47
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Promosi (X1).....	48
Tabel 4. 6 Hasil Uji Brand Awareness (X2) .....	49
Tabel 4. 7 Hasil Uji Kepercayaan Konsumen (X3) .....	49
Tabel 4. 8 Hasil Uji Minat Beli (Y) .....	50
Tabel 4. 9 Uji Realibilitas .....	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas .....	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolieritas.....	54
Tabel 4. 12 Hasil Estimasi Koefisien Regresi.....	56
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	61
Tabel 4. 14 Hasil Uji T.....	59
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjualan Walk the Talk Coffee, Kota Bekasi 2022.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	27
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-P plot .....	53
Gambar 4. 3 Uji Heteroskedastisitas .....	55





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 UJI PLAGIARISME SKRIPSI.....	69
Lampiran 2 UJI REFERENSI SKRIPSI .....	71
Lampiran 3 KUESIONER PENELITIAN .....	79
Lampiran 4 HASIL UJI INSTRUMEN SPSS .....	92

