

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN TOKO GEJE APPAREL PONOROGO)**



SKRIPSI

Nama : Pepriana Yusma Duwi Pratiwi
NIM : 20415329
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

**PENGARUH PROMOSI, *BRAND IMAGE*, DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN TOKO GEJE APPAREL PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Pepriana Yusma Duwi Pratiwi

NIM : 20415329

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Pengaruh Promosi, *Brand Image* dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Geje Apparel Ponorogo)
2. Nama : Pepriana Yusma Duwi Pratiwi
3. NIM : 20415329
4. Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 08 Februari 2002
5. Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diajukan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 13 Februari 2024

Pembimbing I



Wahna Widhianingrum, S.P.,MM
NIDN. 0707118602

Pembimbing II



Eka Destrivanto Pristi A. S.AB.,MM
NIDN. 0711128404

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Hadi Sumarsono, S.E.M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Penguji I



Wahna Widhianingrum, S.P.,MM
NIDN. 0707118602

Dosen Penguji :

Penguji II



Dra. Umi Farida, MM
NIDN. 0710016101

Penguji III



Fery Setiawan, S.E., MM
NIDN. 0720128904

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan Rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Geje Apparel Ponorogo)”. Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa manusia dari zaman jahiliyah menuju zaman Islamiyah seperti saat ini. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulisan skripsi ini, penulis menyadari banyak mengalami kesulitan yang dihadapi, tetapi berkat bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih tulus dan hormat kepada :

1. Allah SWT dengan segala Rahmat serta karunia-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Happy Susanto, M.A., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, SE., M.M., selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Ibu Wahna Widhianingrum. SP.,MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Eka Destriyanto Pristi A. S.AB, M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kritik dan saran sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Ponorogo, 13 Februari 2024



Pepriana Yusma Duwi Pratiwi

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 13 Februari 2024



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Puji Syukur kepada Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Geje Apparel Ponorogo)”**. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan, serta dukungan dari banyak pihak yang selama ini membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Terimakasih kepada Allah SWT, telah memberikan kekuatan fisik dan jiwa hingga dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Bapak Munaji dan Ibu Subini yang selalu memberikan support system dan doa setiap penyusunan dan pengerjaan skripsi. Beruntung sekali saya memiliki kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan support terbaik bagi anak-anaknya. Serta seluruh keluarga yang telah memberikan semangat.
3. Ibu Wahna Widhianingrum. SP.,MM, selaku Dosen Pembimbing I yang tidak pernah lelah memberikan dukungan dan arahan penuh sehingga penulis bisa terus termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Eka Destriyanto Pristi A. S.AB, M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan penuh untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Tika Hapsari sebagai kakak terbaik yang selalu membantu untuk kelancaran pengerjaan skripsi. Beruntung sekali saya memiliki kakak yang selalu merangkul adiknya.
6. Pemilik NIM 20415310, Tiovani Sahri Mubarak sebagai partner sekaligus teman terbaik dalam kegaduhan pengerjaan skripsi. Terimakasih atas segala waktu dan tenaga yang selalu ikhlas menemani hingga saat ini.
7. Sahabat tercinta Fauziah Andary, Putri Ayu, Alifah Febirika, Ike Setyani, Alfina Asmaul, dan Elsa Yunda. Terima kasih telah menjadi partner, support system terbaik dalam kuliah ini.
8. Teman seperjuangan, Manajemen 7F, terimakasih sudah kebersamaan saya berproses dalam menghadapi dunia perkuliahan. Terimakasih untuk energi positif yang telah diberikan, Sukses untuk kalian.
9. Semua pihak yang terlibat, terimakasih telah membantu penulis selama penelitian ini yang mungkin tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
10. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Asy – Syarh ,6-8)

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa.”

(Ridwan Kamil)

“Tidak ada jalan mudah menuju kebebasan, dan banyak dari kita akan harus melewati lembah gelap menyheramkan. Lagi dan lagi sebelum akhirnya kita meraih puncak kebahagiaan.”

(Nelson Mandela)

"Keberanian adalah kunci untuk membuka pintu menuju dunia yang baru; teruslah melangkah maju, hadapilah ketakutan, dan temukan keajaiban di setiap langkah yang diambil."

(Yusma Pratiwi)

RINGKASAN

Pepriana Yusma Duwi Pratiwi, NIM 20415329 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Univesitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi : “Pengaruh Promosi, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Geje Apparel Ponorogo)”.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memicu perubahan pada berbagai kehidupan, salah satunya pada keputusan pembelian konsumen, sedangkan konsumen dalam mengambil Keputusan pembelian memperhatikan promosi, *Brand Image*, dan *Brand Trust*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Promosi, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian konsumen Geje Apparel. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Geje Apparel. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode pengambilan data menggunakan angket. Pengukuran data menggunakan skala likert satu sampai lima, dimana 1 untuk jawaban sangat tidak setuju dan 5 untuk jawaban sangat setuju. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) melalui aplikasi *SMART PLS 4.0* dengan model analisis Regresi Linier Berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa promosi, *Brand Image*, dan *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Geje Apparel.

Kata Kunci: Promosi, *Brand Image*, *Brand Trust*, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	viii
RINGKASAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat	9
1. Tujuan Penelitian.....	9
2. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Landasan Teori	10
1. Manajemen	10
a. Pengertian Manajemen	10
b. Fungsi-Fungsi Manajemen	11
2. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>).....	13
3. Manajemen Pemasaran.....	15
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	15
b. Bauran Pemasaran	16
4. Perilaku Konsumen	19
5. Keputusan Pembelian	22
a. Pengertian Keputusan Pembelian	22
b. Tahap Keputusan Pembelian	23
c. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	25
d. Indikator Keputusan Pembelian	27

6. Promosi.....	28
a. Pengertian Promosi.....	28
b. Bauran Promosi	30
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Bauran Promosi.....	31
d. Tujuan Promosi.....	33
e. Fungsi Promosi.....	34
f. Indikator Promosi	35
7. <i>Brand</i>	36
a. Pengertian <i>Brand</i>	36
b. Manfaat <i>Brand</i>	37
8. <i>Brand Image</i>	39
a. Pengertian <i>Brand Image</i>	39
b. Manfaat <i>Brand Image</i>	41
c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Image</i>	41
d. Indikator <i>Brand Image</i>	42
9. <i>Brand Trust</i>	43
a. Pengertian <i>Brand Trust</i>	43
b. Faktor – Faktor <i>Brand Trust</i>	44
c. Indikator <i>Brand Trust</i>	45
2.2 Penelitian Terdahulu.....	46
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian	47
2.4 Hipotesis.....	48
BAB III METODE PENELITIAN	51
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	51
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	51
1. Populasi Penelitian	51
2. Sampel Penelitian	52
3.3 Metode Pengambilan Data	53
1. Observasi.....	53
2. Wawancara	54
3. Kuesioner	54
3.4 Definisi Operasional Variabel	55
3.5 Metode Analisis Data	57
A. Uji Instrumen.....	57
1. Uji Validitas.....	57

a. Validitas Konvergen	58
b. Validitas Diskriminan.....	58
2. Uji Reliabilitas	59
B. Teknik Analisis Data	59
1. Analisis Deskriptif	60
a. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	60
2. Melakukan Analisis Data	60
a. Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	61
1) <i>Convergent validity</i>	62
2) <i>Discriminant validity</i>	62
3) <i>Composite Reliability (CR)</i>	62
b. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	62
c. Pengujian Hipotesis.....	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Hasil Penelitian	65
1. Gambaran Objek Penelitian.....	65
a. Profil Objek Penelitian	65
b. Logo Geje Apparel	66
c. Visi Misi Geje Apparel	67
2. Gambaran Umur Responden	67
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	69
3. Deskripsi Jawaban Responden	70
a. Perhitungan Skala Interval	70
b. Variabel Promosi (X1)	71
c. Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	72
d. Variabel <i>Brand Trust</i> (X3).....	73
e. Keputusan Pembelian (Y)	74
4. Pengujian.....	75
a. Skema Model <i>Partial Least Square</i>	75
1) Validitas Konstruk	77
a) Uji Validitas <i>Konvergen</i>	77
b) Uji Validitas <i>Diskriminan</i>	80

2) Uji <i>Reliabilitas</i>	81
b. Pengujian <i>Inner Model</i>	82
c. Uji Hipotesis	84
4.2 Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	93
a. Bagi Perusahaan Geje Apparel	93
b. Bagi Peneliti Selanjutnya	95
DAFTAR PUSTAKA	96



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Offline Geje Apparel 2023	7
Tabel 1. 2 Data Penjualan Online Geje Apparel 2023	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	54
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 3. 3 Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS.....	59
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Usia.....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Pendapatan.....	69
Tabel 4. 4 Skala Interval Skor Presepsi Variabel.....	71
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X1)	71
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Image</i> (X2)	72
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Trust</i> (X3).....	73
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 4. 9 Nilai <i>Outer Loading</i> I.....	77
Tabel 4. 10 Nilai <i>Outer Loading</i> II	79
Tabel 4. 11 Nilai <i>Cross Loadings</i>	80
Tabel 4. 12 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	82
Tabel 4. 13 Kriteria <i>R-Square</i>	83
Tabel 4. 14 Nilai <i>R-Square</i>	83
Tabel 4. 15 Hasil Estimasi <i>Path Coefficient</i>	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Skema Kerangka Penelitian	47
Gambar 3. 2 Skema Model Partial Least Square	64
Gambar 4. 1 Produk Geje Apparel Hasil Jepretan Sendiri.....	66
Gambar 4. 2 Logo Geje Apparel	66
Gambar 4. 3 Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model).....	76
Gambar 4. 4 Skema Model <i>Partial Least Square</i> II.....	79
Gambar 4. 5 Model Struktural Pengujian Hipotesis	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	102
Lampiran 2 Data Ressonnden	106
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden	111
Lampiran 4 Hasil Rata-Rata Jawaban Responden	115
Lampiran 5 Hasil Olah Data	117
Lampiran 6 Cek Plagiasi	119
Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan	120
Lampiran 8 Bukti Submit Artikel	122
Lampiran 9 Dokumentasi.....	123

