



**KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA LAPTOP ACER**

**SKRIPSI**

**DERA AYU PRATIWI 1510111061**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2019**



**KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA LAPTOP ACER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**DERA AYU PRATIWI 1510111061**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA  
2019**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dera Ayu Pratiwi

NIM : 1510111061

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 08 Januari 2019

Yang menyatakan,



(Dera Ayu Pratiwi)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dera Ayu Pratiwi  
NIM. : 1510111061  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen S1  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*NonExclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**“Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian  
Pada Laptop Acer”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada Tanggal : 08 Januari 2019

Yang menyatakan,



(Dera Ayu Pratiwi)

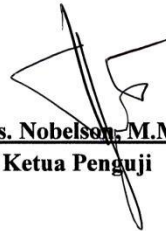
**SKRIPSI**

**KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA LAPTOP ACER**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**DERA AYU PRATIWI 1510111061**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji tanggal : 08 Januari 2019  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Drs. Nobelson, M.M.**  
Ketua Penguji



**Rosali, S.E., M.M.**  
Penguji I



**Dr. Jubacdah, S.E., M.M.**  
Ketua Jurusan Manajemen



**Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M. CFMP.**  
Penguji II (Pembimbing)



**Wahyudi, S.E., M.M.**  
Ketua Program Studi Manajemen  
Program Sarjana

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 08 Januari 2019

# ***Consumer Trust And Purchase Decision On Laptop Acer***

***By Dera Ayu Pratiwi***

## ***Abstract***

*This research is using quantitative study aimed to see whether there are influence of quality product and brand image on purchase decision through consumer trust on laptop Acer. A population in this research is Citizen 07 Jatijajar Depok. The sample size was taken as many as 75 respondents, with purposive sampling. The analysis technique used is Partial Least Square with a significant level of 5%. The results of these tests indicate that, (1) there is a significant influence of quality product on purchase decision, (2) there is a significant influence of quality product on purchase decision through consumer trust, (3) there is a significant influence of brand image on purchase decision and (4) there is a significant influence of brand image on purchase decision through consumer trust.*

*Keywords : product quality, brand image, consumer trust, purchase decision*

# **Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian Pada Laptop Acer**

**Oleh Dera Ayu Pratiwi**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada laptop Acer. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Warga RW07 Jatijajar Depok. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 75 responden. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik analisa yang digunakan adalah *Partial Least Square* dan signifikansi 5%. Hasil dari pengujian diperoleh (1) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, (2) terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen, (3) terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian dan (4) terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen.

**Kata Kunci :** kualitas produk, citra merek, kepercayaan konsumen, keputusan pembelian



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA

## EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856  
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : [puskom@upnvj.ac.id](mailto:puskom@upnvj.ac.id)

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GASAL TA. 2018/2019

Hari ini Selasa, tanggal 08 Januari 2019, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : DERA AYU PRATIWI

No.Pokok Mahasiswa : 1510111061

Program : Manajemen S.1

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**Kepercayaan Konsumen Dan Keputusan Pembelian Pada Laptop Acer**

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \*)*

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM	Ketua	1. ....
2	Rosali, SE, MM	Anggota I	2. ....
3	Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M, CFMP	Anggota II **)	3. ....

Keterangan :

\*) Coret yang tidak perlu

\*\*) Dosen Pembimbing





## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat karunia-Nya hingga karya ilmiah ini telah diselesaikan. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Agustus 2018 sampai dengan Desember 2018 dengan judul **“Kepercayaan Konsumen dan Keputusan Pembelian pada Laptop Acer”**. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, SE.,M.M.,CFMP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, dan Bapak Wahyudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Kemudian penulis menyampaikan terima kasih sekali lagi kepada Bapak Dr. Prasetyo Hadi, SE.,M.M.,CFMP. dan Ibu Tati Handayani, SE.,M.M. selaku dosen pembimbing.

Di samping itu, ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Bapak Syafrodie dan Ibu Eni Suprapti selaku kedua orangtua, Andhika Eka dan Reza Arief Budiman selaku kakak kandung, serta seluruh keluarga yang memberikan doa dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis juga ucapkan terima kasih kepada Afrian Prawira dan Septianti yang selalu sabar mendengarkan segala keluhan dan selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Grupnya Tante selaku teman-teman seperjuangan, yaitu Arini, Elvira, Defi, Bagas, Iffa, Rena, Wafa, Denisa, Boli, dan Fauzan yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini serta seluruh teman-teman Perskripsian dan S1 Manajemen 2015 yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu tanpa mengurangi rasa hormat penulis. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat.

Jakarta, 08 Januari 2019

Dera Ayu Pratiwi

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI</b>	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>8</b>
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Perilaku Konsumen	8
2.1.2.1. Model Perilaku Konsumen yang Sederhana	9
2.1.3. Keputusan Pembelian	9
2.1.3.1. Faktor - Faktor Utama Penentu Keputusan Pembelian Konsumen	10
2.1.3.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	10
2.1.3.3. Struktur Keputusan Pembelian	11
2.1.4. Produk	12
2.1.4.1. Klasifikasi Produk	12
2.1.5. Kualitas Produk	12
2.1.5.1. Elemen Kualitas Produk	13
2.1.6. Merek	14
2.1.7. Citra Merek	14
2.1.7.1. Manfaat Citra Merek	15
2.1.8. Kepercayaan Konsumen	15
2.1.8.1. Pengertian Kepercayaan Konsumen	15
2.1.8.2. Keterkaitan Sikap dan Kepercayaan	16
2.1.8.3. Pembentukan Sikap dan Kepercayaan Konsumen	16
2.2. Kerangka Pemikiran	17
2.3. Pengembangan Hipotesis	18
2.3.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen	18

2.3.3.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	18
2.3.4.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen.....	19
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>20</b>
3.1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	20
3.1.1.	Definisi Operasional.....	20
3.1.2.	Pengukuran Variabel.....	21
3.2.	Populasi dan Sampel.....	21
3.2.1.	Populasi.....	21
3.2.2.	Sampel.....	22
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.3.1.	Jenis Data.....	23
3.3.2.	Sumber Data.....	23
3.3.3.	Pengumpulan Data.....	23
3.4.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	24
3.4.1.	Teknik Analisis Data.....	24
3.4.1.1	Analisis Deskriptif.....	24
3.4.1.2.	<i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	26
3.4.1.3.	Cara Kerja PLS.....	26
3.4.1.4.	Langkah PLS.....	26
3.4.2.	Uji Hipotesis.....	28
3.4.2.1.	Uji t (Uji Koefisien Regresi Parsial).....	28
3.4.2.2.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	28
3.5.	Kerangka Model Penelitian.....	29
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	30
4.1.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	30
4.1.1.1.	Sejarah Perusahaan Acer.....	30
4.1.1.2.	Profil Produk Acer.....	30
4.2.	Deskripsi Data.....	31
4.2.1.	Deskripsi Data Responden.....	31
4.2.2.	Deskripsi Data Penelitian.....	33
4.3.	Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	37
4.3.1.	Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	37
4.3.2.	Uji Validitas.....	40
4.3.2.1.	Uji Validitas Konvergen.....	40
4.3.2.2.	Uji Validitas Diskriminan.....	41
4.3.3.	Uji Reliabilitas.....	42
4.3.4.	Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	42
4.3.4.1.	<i>R Square</i> .....	43
4.3.4.2.	<i>Q Square</i> .....	43
4.3.5.	Uji Hipotesis.....	44
4.4.	Pembahasan.....	48
4.4.1.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.4.2.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen.....	49

4.4.3.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
4.4.4.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen.....	50
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>52</b>
5.1.	Simpulan.....	52
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	53
5.3.	Saran.....	53
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>55</b>
	<b>RIWAYAT HIDUP</b>	
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.	TOP Brand Index Telekomunikasi/IT tahun 2015 s/d 2017.....	3
Tabel 2.	Pengukuran Variabel.....	22
Tabel 3.	Skala <i>Likert</i> .....	24
Tabel 4.	Kisi-Kisi Instrumen.....	24
Tabel 5.	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	32
Tabel 6.	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	32
Tabel 7.	Interpretasi Nilai Indeks.....	33
Tabel 8.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk.....	33
Tabel 9.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek.....	34
Tabel 10.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan Konsumen.....	35
Tabel 11.	Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 12.	<i>Outer Loadings</i> .....	40
Tabel 13.	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	41
Tabel 14.	Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 15.	Nilai <i>R Square</i> .....	43
Tabel 16.	Hasil Uji Hipotesis.....	44
Tabel 17.	<i>Indirect Effects</i> .....	46
Tabel 18.	Interpretasi Hasil Koefisien Jalur.....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Kepemilikan Perangkat TIK 2016 s/d 2017.....	2
Gambar 2. Model perilaku konsumen yang sederhana.....	10
Gambar 3. Proses Keputusan Pembelian.....	12
Gambar 4. Model Penelitian.....	19
Gambar 5. Tahapan PLS.....	26
Gambar 6. Model Penelitian.....	29
Gambar 7. Nilai Loading Faktor <i>Outer Model</i> .....	38
Gambar 8. Nilai Loading Faktor <i>Outer Model setelah Reestimasi</i> .....	39
Gambar 9. <i>Inner Model</i> .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran 3	Hasil Deskripsi Data Responden
Lampiran 4	Hasil Deskripsi Data Penelitian
Lampiran 5	Hasil <i>Output Smart-PLS 3.0</i>
Lampiran 6	T tabel dan R tabel
Lampiran 7	Surat Riset Fakultas
Lampiran 8	Surat Riset RW