



**UNIVERSITAS
PGRI ADI BUANA
SURABAYA**

SKRIPSI

**Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Attitude* Dan
Social Influence Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Produk Indomie Di
Toko H. Safari Sidoarjo**

Ingkasari Agustina
151500075

Dosen Pembimbing
Dr. Fachrudy Asj'ari, S.Psi., M.M

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
2019**

**PENGARUH *BRAND TRUST*, *BRAND ATTITUDE* DAN
SOCIAL INFLUENCE TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK INDOMIE DI
TOKO H. SAFARI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

**INGKASARI AGUSTINA
NIM: 151500075**

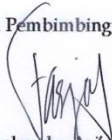
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 15 Juli 2019

Dosen Pembimbing,



Dr. Fachrudin Asfari, S.Psi., M.M
NPP/NIP : 1201612/DY

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Attitude*
dan *Social Influence* Terhadap Keputusan
Pembelian Konsumen Produk Indomie
Di Toko H. Safari Krian

Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Ingkasari Agustina
- b. Nim : 151500075
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI AdiBuana Surabaya
- e. Alamat e-mail : ingka815@gmail.com

Surabaya, 13 Agustus 2019

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing



Tony Susilo W, SE., M.Pd., MSM

Dr. Fachrudin Asfari, S.Psi., M.M

NIP / NPP: 0709494/DY

NPP/NIP : 1202621/DY

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. Siti Istikhoroh, M.Si

NIP / NPP: 196710191992032001

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya:

Hari : Jum'at
Tanggal : 26 Juli
Tahun : 2019

Penguji I,



Dra. Hj. Yuni Sukandani, SE., M.M
NIP/NPP: 8611142/ DY

Penguji II,



Vieqi Rahma Wulan, SE., M.MT
NIP/ NPP: 1512760/DY

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ingkasari Agustina

Nim : 151500075

Program Studi : Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas PGRI

Adibuana Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul “Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Attitude* Dan *Social Influence* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Indomie Pada Toko H. Safari Sidoarjo” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adibuana Surabaya Tahun Akademik 2019 bersifat original.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsure plagiasi). Maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 15 Juli 2019

Mahasiswa,



Ingkasari Agustina

NIM : 151500075

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamiin, puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan serta berbagai kenikmatan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh *Brand Trust, Brand Attitude Dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Indomie Di Toko H. Safari Sidoarjo*".**

Selama proses penulisan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapatkan motivasi dan dukungan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. H. Djoko Adi Walujo, ST., MM., DBA selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
2. Ibu Dra. Siti Istikhroh, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
3. Bapak Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd, MSM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya,
4. Bapak Dr. Fachrudiy Asj'ari, S.Psi., M.M selaku dosen pembimbing saya yang telah bersedia memberikan pengarahan, bimbingan dan koreksi serta membantu selama proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini,
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, yang telah membekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada saya selama dibangku kuliah ini,
6. Bapak H. Safari selaku pemilik toko yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa selesai tepat waktu,

7. Kepada kedua orang tua saya, bapak Mulyono dan Ibu Cholifah yang sangat saya cintai yang selalu memberikan motivasi dan dukungan serta doa restu kepada saya dalam penyusunan skripsi ini dan dalam segala hal,
8. Kepada seseorang yang sangat saya sayangi yang akan menjadi masa depan saya, Febriyanto yang selalu setia menemani, membantu dan memberikan semangat serta dukungan hingga skripsi ini terselesaikan,
9. Kepada Juminten Rempong (Dwi Wijayanti Shobirin, Ayu Trianeng, dan Lailatul Mu'fidah) yang selalu setia menemani dan memberikan dukungan untuk selama ini, dan semua rekan seperjuangan Prodi Manajemen khususnya kelas D angkatan 2015 yang selalu menemani selama 4 tahun ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sangat penulis harapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 15 Juli 2019

Peneliti,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1 Brand Trust.....	17
2.2.1.1 Pengertian Brand Trust.....	17
2.2.1.2 Indikator Brand Trust	18
2.2.2 Brand Attitude.....	18
2.2.2.1 Pengertian Brand Attitude	18
2.2.2.2 Indikator Brand Attitude.....	19
2.2.3 Social Influence.....	20
2.2.3.1 Pengertian Social Influence	20
2.2.3.2 Indikator Social Influence.....	21

2.2.4 Keputusan Pembelian	21
2.2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	22
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
2.4 Hipotesis	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	27
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel.....	30
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.1 Jenis Data	31
3.3.2 Sumber Data	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1 Kuesioner	33
3.4.2 Dokumentasi.....	34
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel ..	35
3.5.1 Variabel Penelitian	35
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.5.2.1 Brand Trust.....	36
3.5.2.2 Brand Attitude.....	37
3.5.2.3 Social Influence.....	37
3.5.2.4 Keputusan Pembelian.....	38
3.6 Teknik Analisa Data.....	39
3.6.1 Pengujian Instrumen.....	40
3.6.1.1 Uji Validitas	40
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	41
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	42
3.6.2.1 Uji Normalitas	43

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas.....	43
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	44
3.6.2.4 Uji Autokorelasi	44
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.6.4 Pengujian Hipotesis	46
3.6.4.1 Uji T (Parsial).....	46
3.6.4.2 Uji F (Simultan)	47
3.6.4.3 Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Penyajian Data Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Tempat Usaha	49
4.1.1.1 Profil Tempat Usaha	49
4.1.1.2 Lokasi Toko	50
4.1.1.3 Struktur Organisasi.....	50
4.1.1.4 Daerah Penelitian.....	51
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	52
4.1.2.1 Karakteristik Responden.....	52
4.1.2.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.1.2.1.2 Berdasarkan Tingkat Usia	53
4.1.2.2 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian.....	54
4.1.2.2.1 Variabel Brand Trust (X_1)	54
4.1.2.2.2 Variabel Brand Attitude (X_2)	55
4.1.2.2.3 Variabel Social Influence (X_3).....	56
4.1.2.2.4 Keputusan Pembelian (Y).....	56
4.1.2.3 Rekapitulasi Variabel X dan Y	57
4.2 Analisis Data Penelitian.....	62
4.2.1 Analisis Data.....	62
4.2.1.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	62
4.2.1.1.1 Uji Validitas.....	62

4.2.1.1.2 Uji Reliabilitas	64
4.2.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
4.2.1.2.1 Uji Normalitas.....	65
4.2.1.2.2 Uji Multikolinieritas.....	67
4.2.1.2.3 Uji Heteroskedastisitas	68
4.2.1.2.4 Uji Autokorelasi.....	69
4.2.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.2.1.3.1 Nilai Konstanta	72
4.2.1.3.2 Nilai Koefisien Brand Trust.....	72
4.2.1.3.3 Nilai Koefisien Brand Attitude	72
4.2.1.3.4 Nilai Koefisien Social Influence	73
4.2.1.3.5 Koefisien Korelasi (R)	73
4.2.1.3.6 Koefisien Determinasi (R_{Square}).....	74
4.3 Pengujian Hipotesis	75
4.3.1 Pengujian Hipotesis 1.....	75
4.3.2 Pengujian Hipotesis 2.....	76
4.3.3 Pengujian Hipotesis 3.....	76
4.3.4 Pengujian Hipotesis 4.....	76
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	77
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	83
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia	53
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Brand Trust (X_1).....	54
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Brand Attitude (X_2)	55
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Social Influence (X_3)	56
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y) ...	57
Tabel 4.7 Rekapitulasi Data Variabel X dan Y.....	58
Tabel 4.8 Uji Validitas	62
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.10 Uji Normalitas	65
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.12 Uji Autokorelasi	70
Tabel 4.13 Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.14 Interpretasi Koefisien Korelasi	74
Tabel 4.15 Uji T (Parsial)	75
Tabel 4.16 Uji F (Simultan)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	24
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	50
Gambar 4.2 Histogram.....	66
Gambar 4.3 Normal P-P Plot.....	67
Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi
- Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi
- Lampiran 3 : Halaman Lembar Persetujuan Skripsi
- Lampiran 4 : Halaman Lembar Persetujuan Artikel
- Lampiran 5 : Surat Pengantar Cek Plagiasi
- Lampiran 6 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi
- Lampiran 7 : Berita Acara Seminar Proposal
- Lampiran 8 : Daftar Hadir Seminar Proposal
- Lampiran 9 : Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 10: Kuesioner Penelitian
- Lampiran 11: Identitas Responden
- Lampiran 12: Tabulasi Data
- Lampiran 13: Rekapitulasi Data
- Lampiran 14: Tabel Frekuensi Identitas Responden
- Lampiran 15: Tabel Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 16: Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 17: Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 18: Pengujian Hipotesis