

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK STARCROSS DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

**Diajukan guna memenuhi persyaratan
untuk memperoleh derajat Sarjana
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

M. Zaldi Mufadillah

111801251

**SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
YOGYAKARTA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK STARCROSS DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Diajukan oleh:
M. Zaldi Mufadillah
111801251

Yogyakarta, 11 Juni 2025

Telah disetujui oleh:
Dosen pembimbing



Rasistia Wisandining Primadineska, S.E, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK STARCROSS DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

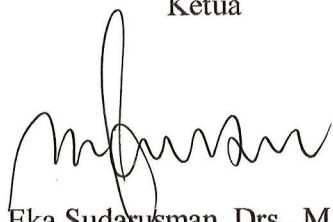
Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Dewan Penguji Program

Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta

Tanggal: 31 Juli 2025

Yang terdiri atas:

Ketua



Eka Sudarman, Drs., M.M.

Anggota



Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starcross Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi” dan diajukan untuk diuji pada tanggal 31 juli 2025 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya tidak terdapat atau Sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk gagasan atau pendapat dari penulis lain, yang seolah-olah saya akui sebagai tulisan sendiri atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut, baik sengaja maupun tidak sengaja, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya nyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain, maka gelar sarjana dan ijazah saya yang telah diberikan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 31 Juli 2025

Yang memberi pernyataan



M. Zaldi Mufadillah

Saksi 1, sebagai dosen pembimbing

Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc.

Saksi 2, sebagai ketua dosen penguji Skripsi

Eka Sudarusman, Drs., M.M.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, Karya ini peneliti persembahkan kepada:

1. Ibu Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc. yang telah memberikan banyak arahan, saran, bimbingan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan untuk dengan sabar membimbing.
2. Kedua Orang Tua yang sangat saya sayang dan banggakan Bapak (H. Abdul Munif, S.E) dan Mama (Hj. Mafrikhatun) yang selalu tulus mendoakan, memberikan nasehat dan semangat terbaik tiada henti- hentinya. Bapak dan Mama yang selalu membukakan tangan dan bahunya serta banyak memberikan moral maupun material. Saya ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya atas pengorbanan serta kasih sayang, ridho dan doa untuk saya menjadi semangat melakukan yang terbaik.
3. Saudara yang sangat saya sayang dan banggakan, kakak dan adik-adikku Zavita Mufariza S.Ak, Anida Rahmatus Sabilla dan Arsy Layalin Mumtazzah yang telah memberikan banyak sekali dukungan serta semangat terbaik kepada saya.
4. Sahabat saya, Juki, Rizal, Rojak dan Aziz. Terimakasih atas dukungan dan semangat yang kalian berikan di setiap langkah perjuangan dan perjalanan ini. Kehadiran kalian sangat memberikan semangat.
5. Kepada seluruh kru mugiwara terutama Monkey D. Luffy yang kehadirannya kisah hidupnya telah membangkitkan semangat dan motivasi bagi penulis untuk selalu bekerja keras dan berusaha semaksimal mungkin.

MOTTO

Kesabaran adalah akhlak mulia yang dengannya setiap orang dapat menghalau segala rintangan."

Imam Syafi'i

Ketika dunia ternyata jahat kepadamu, maka kamu harus menghadapinya.

Karena tidak seorangpun yang akan menyelamatkanmu

Jika kamu tidak berusaha

-Roronoa Zoro Eps: 376

Setiap orang memiliki gilirannya masing-masing. Bersabar dan tunggulah! Itu

akan datang dengan sendirinya

Gold D. Roger episode: 849

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Starcross Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”.

Penelitian ini disusun dan diajukan guna memenuhi syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti mendapat bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memperluas pemahaman dan memperdalam ilmu pengetahuan.
2. Bapak Dr. Suparmono, M.Si sebagai Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
3. Ibu Rasistia Wisandianing Primadineska, S.E., M.Sc sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan, masukan, bimbingan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi.
4. Kedua orang tua peneliti, kakak, dan adik serta keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa di setiap keputusan yang peneliti pilih dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan banyak ilmu dan membantu peneliti dalam menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN Yogyakarta.
6. Seluruh sahabat serta teman-teman peneliti yang telah memberikan motivasi, semangat, dan masukan.
7. Responden dan seluruh pihak yang telah ikut andil dalam membantu penulisan skripsi ini yang tidak dapat peneliti tuliskan satu persatu.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung, membantu, dan memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada peneliti mendapatkan balasan dari Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa. Peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyelesaian skripsi ini, oleh karena itu peneliti memohon maaf. Semoga karya tulis ini bermanfaat bagi para pembaca.

Yogyakarta, 31 Juli 2025

Penulis

M. Zaldi Mufadillah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Starcross, dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen produk Starcross di Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan menggunakan teknik non-probability sampling dengan 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap kepercayaan pelanggan pada pengguna produk Starcross di Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, citra merek yang lebih kuat meningkatkan kepercayaan pelanggan, sehingga H1 diterima. Citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna produk Starcross di Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, citra merek yang lebih kuat meningkatkan keputusan pembelian, sehingga H2 diterima. Kepercayaan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pengguna produk Starcross di Daerah Istimewa Yogyakarta. Artinya, kepercayaan pelanggan yang lebih tinggi meningkatkan keputusan pembelian, sehingga H3 diterima. Kepercayaan pelanggan memediasi hubungan antara citra merek dan keputusan pembelian produk Starcross di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga H4 diterima.

Kata Kunci: Citra merek, kepercayaan, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of brand image on Starcross product purchasing decisions, with trust as a mediating variable. The population in this study were Starcross product consumers in the Special Region of Yogyakarta, using a non-probability sampling technique with 100 respondents. Data collection was conducted using a questionnaire, and multiple linear regression was used as the analysis technique using SPSS software. The results showed that brand image positively influences customer trust in Starcross product users in Yogyakarta Special Region. This means that a stronger brand image increases customer trust, thus H1 is accepted. Brand image positively influences customer loyalty in Starcross product users in Yogyakarta Special Region. This means that a stronger brand image increases purchase decisions, thus H2 is accepted. Customer trust influences the purchase decisions of Starcross product users in Yogyakarta Special Region. This means that a higher customer trust increases purchase decisions, thus H3 is accepted. Customer trust mediates the relationship between brand image and Starcross product purchasing decisions in Yogyakarta Special Region, thus H4 is accepted.

Keywords: Brand image, trust, and purchase decisions.

DAFTAR ISI

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK STARCROSS DENGAN KEPERCAYAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
Kata Kunci: Citra merek, kepercayaan, dan keputusan pembelian.	ix
ABSTRACT	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Peneltian.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan teori	10
1. Citra Merek	10
2. Kepercayaan pelanggan	14
3. Keputusan Pembelian	17
B. Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis	18
C. Penelitian Terdahulu	25

D. Kerangka Pemikiran Teoritis	28
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
A. Definisi Konsep.....	30
B. Definisi Operasional Variabel	30
C. Jenis Penelitian.....	32
D. Jenis dan Sumber Data	32
E. Populasi Dan Sampel.....	32
F. Obyek dan Subyek penelitian	34
G. Metode Pengumpulan Data.....	34
H. Metode Analisis Data	35
I. Uji Asumsi Klasik	35
J. Evaluasi Kebaikan Model.....	37
K. Pengujian Hipotesis Parameter Model	38
BAB IV	39
GAMBARAN PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA.....	39
A. Sejarah Perusahaan.....	39
B. Analisis Data.....	40
1. Karakteristik Responden.....	41
2. Uji Instrumen	42
3. Uji Asumsi Dasar	44
4. Uji Asumsi Klasik	45
1)Pengujian Heteroskedastisitas	45
2)Pengujian Multikolinearitas	45
5. Regresi Linier Berganda	47
6. Uji Hipotesis	50
7. Analisis Sobel Test	53
C. Pembahasan	54
1. Pengaruh Citra Merek terhadap kepercayaan pelanggan.....	54
2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian	55
3. Pengaruh Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian	56

4. Pengaruh Kepercayaan memediasi antara Citra merek terhadap keptuasan pembelian.....	57
BAB V	58
PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
Gambar 4. 1 Hasil Sobel tes	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan Starcross Store Yogyakarta Tahun 2022-2024 (dalam rupiah)	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	41
Tabel 4. 2 Uji Validitas	42
Tabel 4. 3 Uji Relibilitas Indikator Variabel	43
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Glejser	45
Tabel 4. 6 Uji Multikolinearitas	46
Tabel 4. 7 Regresi linier berganda Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan	47
Tabel 4. 8 Regresi linier berganda Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan pelanggan terhadap Keputusan pembelian	48
Tabel 4. 9 Uji t Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan pelanggan	50
Tabel 4. 10 Regresi linier berganda Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan pelanggan terhadap Keputusan pembelian	51
Tabel 4. 11 Uji F	52
Tabel 4. 12 Pengujian Koefisien Determinasi	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUESIONER.....	61
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	65
Lampiran 3 HASIL SPSS.....	71