

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang Maha Esa, dengan senantiasa peneliti ini di berkati dengan atas segala rahmat dan kuasa karunianya, berkat serta hikmat yang telah diberikan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang memiliki judul “PENGARUH CITRA MERK , KEPERCAYAAN MERK ,dan INFORMASI PADA KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TOLAK ANGIN ” dengan lancar dan tepat waktu, dimana Tugas Akhir ini

menjadi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata satu Universitas Pelita Harapan.

Dalam proses menyelesaikan laporan tugas akhir ini dari tahap awal, peneliti mengetahui tanpa adanya dorongan, dukungan, semangat dan bimbingan dari berbagai pihak, maka peneliti tidak akan dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, Oleh sebab itu, peneliti ini memberikan ucapan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada pihak-pihak yang telah mendukung serta sudah ikut turut membantu penulis dalam proses pembuatan tugas akhir ini yaitu, kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, M.B.A., Ph. D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen
3. Bapak Danet Arya Patria, S.E., M.B.A., selaku Ketua Konsentrasi Retail.

4. Bapak Innocentius Bernarto, S.T., M.M., M.Si., selaku Pembimbing Akademik peneliti

dari tahun 2017 sampai sekarang.

6. Bapak Hendra Achmadi, S.E., M.Mktg., sebagai Dosen Pembimbing Skripsi yang telah menyertai dari awal pembuatan skripsi, memberikan waktunya untuk melakukan bimbingan setiap waktu, memberikan ilmu pengetahuan serta dengan senantiasa memberikan dukungan secara terus menerus kepada peneliti.

7. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen Universitas Pelita Harapan yang sudah berkontribusi dalam proses pendidikan yaitu berbagi ilmu dan membagikan pengalaman yang berharga selama peneliti menuntut ilmu perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.

8. Staf Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah membantu peneliti dalam kegiatan administratif selama perkuliahan.

9. Kedua Orang tua, saudara kandung, dan anggota keluarga yang tiada henti memberi semangat, perhatian, doa, motivasi, dukungan, dan kasih sayang kepada peneliti selama proses perkuliahan.

10. Seluruh teman-teman seperjuangan yang dengan senantiasa membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir.

11. Seluruh teman-teman dan sahabat yang memberikan dukungan semangat, dan memberikan dorongan serta doa kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

12. Seluruh pihak yang terlibat dalam pengerjaan laporan tugas akhir ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

13. Kepada Sahabat saya Calvin Mathias , Patrick Glenn Wijaya , Felicia Purwanto dengan setia menemani dan membimbing saya menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan sabar.

Peneliti menyadari bahwa penelitian Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, terdapat banyak kekurangan sehingga peneliti sangat terbuka atas kritik, saran, dan masukan yang dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan juga menyempurnakan Tugas Akhir ini. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga bermanfaat bagi para pembaca dan penelitian selanjutnya.

Jakarta , 30 April 2021

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	V
ABSTRACT	VII
KATA PENGANTAR.....	IX
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	5
1.3 PERTANYAAN PENELITIAN.....	6
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.5 MANFAAT PENELITIAN	7
1.5.1 MANFAAT TEORITIS	7
1.5.2 MANFAAT PRAKTIS.....	7
1.6 SISTEMATIKA PENELITIAN.....	8
2.1 DEFINISI KONSTRUK / VARIABEL.....	10
2.1.1 CITRA MEREK	10
2.1.2 KEPERCAYAAN MEREK	12
2.1.3 INFORMASI PADA KEMASAN	14
2.1.4 KEPUTUSAN PEMBELIAN	16
2.2 HUBUNGAN ANTAR KONSTRUK	20

2.2.1	CITRA MEREK , KEPERCAYAAN MEREK, INFORMASI DI KEMASAN PRODUK	20
2.2.2	EFEK DARI CITRA MEREK DARI KEPUTUSAN PEMBELIAN	21
2.2.3	EFEK DARI CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK	22
2.2.4	EFEK DARI KEPERCAYAAN MEREK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN	22
2.2.5	EFEK DARI INFORMASI KOMPOSISI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	23
2.3	MODEL PENELITIAN DITAMPILKAN DALAM	24
3.1	OBJEK PENELITIAN	25
3.2	UNIT ANALISIS.....	25
3.3	TIPE ANALISIS	26
3.4	OPERASIONAL VARIABEL PENELITIAN	27
3.4.1	CITRA MERK (X1).....	27
3.4.2	KEPERCAYAAN MERK (X2).....	28
3.4.3	INFORMASI PADA KEMASAN (X3)	28
3.4.4.	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)	28
3.5	POPULASI SAMPEL.....	34
3.5.1	POPULASI	34
3.5.2	SAMPEL	35
3.5.3.	PENENTU JUMLAH SAMPEL	35
3.5.4	METODE PENARIKAN SAMPEL.....	36

3.6	TEKNIK PEMBUATAN KUESIONER.....	37
3.6.1	SKALA PENGUKURAN	37
3.6.2	METODE PENGUMPULAN DATA	40
3.7	METIDE ANALISIS DATA	42
3.7.1	PARTIAL LEAST SQUARES-STRUCTURAL EQUATION MODELLING (PLS-SEM)	43
3.7.2	PENGUJIAN HIPOTESIS	46
3.8	PENGUJI INSTRUMEN PENELITIAN.....	47
3.8.1	UJI VALIDASI.....	48
3.8.2	UJI REALIBILITAS	50
3.9	HASIL UJI INSTRUMEN PENDAHULUAN	51
3.9.1	PENGUKURAN MODEL OUTER	52
3.9.1.1	<i>Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan</i>	<i>52</i>
3.9.1.2	<i>Hasil Uji Validitas Diskriminan Pendahuluan.....</i>	<i>56</i>
3.9.2.1	<i>Hasil Uji Realibilitas Pendahuluan.....</i>	<i>58</i>
4.1	PROFIL RESPONDEN	60
4.1.1	GENDER.....	60
4.1.2	UMUR	61
4.1.3	DOMISILI	62
4.1.4	TEMPAT PEMBELIAN OBAT – OBATAN BEBAS.....	63
4.2	HASIL ANALISIS DATA	64

4.2.1. STATISTIK INFERENSIAL	64
4.2.1.1 <i>Evaluasi Pengukuran Model</i>	65
4.2.2 KOEFISIEN DETERMINASI ()	71
4.2.2.1 <i>Uji Multikolinearitas</i>	72
4.2.1.2 <i>Hasil Pengujian Hipotesis</i>	75
4.3 PEMBAHASAN	77
4.3.1 PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP BRAND TRUST	77
4.3.2 PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	77
4.3.3 PENGARUH BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	77
4.3.4 PENGARUH INFORMASI PADA KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	78
5.1 KESIMPULAN.....	79
5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL.....	79
5.3 KETERBATASAN.....	80
5.4 SARAN UNTUK PENELITIAN MENDATANG	81
DAFTAR PUSTAKA	82

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Laba Tahunan Sido Muncul	4
Tabel 3. 1 Definisi Konseptual Definisi Operasional.....	29
Tabel 3. 2 Perbedaan Skala Pengukuran.....	39
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	40
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen Pendahuluan Outer Loading	53
Tabel 3. 5 R square	54
Tabel 3. 6 Hasil Uji validitas konvergen pendahuluan Cronbach's Alpha.....	55
Tabel 3. 7 Hasil Uji validitas konvergen pendahuluan average variance extracted (AVE)	55
Tabel 3. 8 Hasil Uji Diskriminan Pendahulu Fornell dan Larcker	56
Tabel 3. 9 Hasil Diskriminan Pendahuluan Heterotrait Monotrait (HTMT).....	57
Tabel 3. 10 Hasil Pengujian Realibilitas Pendahuluan.....	58
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	60
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	61
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	62
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Obat-Obatan Bebas	63
Tabel 4. 5 Uji Validitas Outerloading.....	65
Tabel 4. 6 Validitas Konvergen AVE.....	67
Tabel 4. 7 Uji Validitas Diskriminan Fornell and Larcker.....	68
Tabel 4. 8 Uji Validitas Diskriminan HTMT	69
Tabel 4. 9 Uji Realibilitas - Composite Reliability	70
Tabel 4. 10 Pengujian Koefisien Detreminasi	71
Tabel 4. 11 Pengujian Multikolineartitas.....	73
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian Inner VIF.....	74
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Hipotesis	75

Daftar Gambar

Gambar 2. 1 Model Penelitian.....	24
Gambar 3. 1 Path Model PLS Pretest.....	52
Gambar 4.1 Path Model PLS Posttest	69

