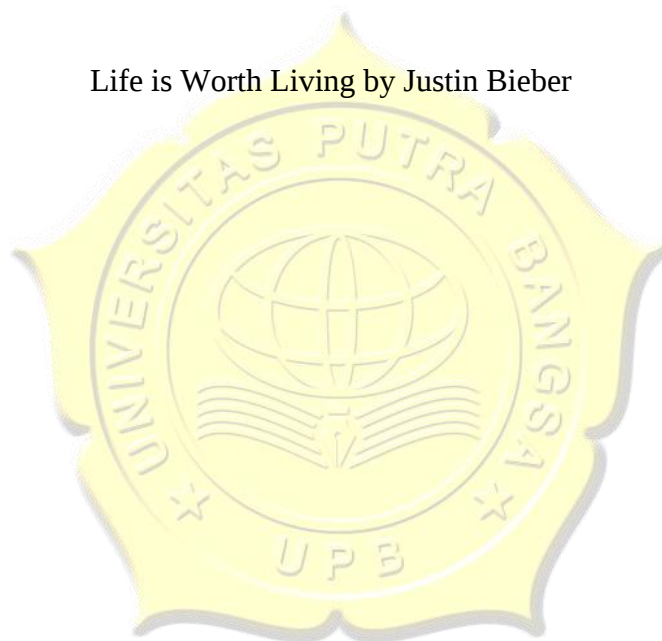


HALAMAN MOTTO

“Remember me; I will remember you.” (Quran, 2:152)

“...you should believe in yourself, and don’t let anyone bring you down, you know. Negativity does not exist, it’s all about positivity, right? So keep that in mind. But anyways, have good friends around you, have good peers. Surround yourself with good people, cause you’re a good person too.” (Mark Lee, NCT Dream)

Life is Worth Living by Justin Bieber



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur atas segala nikmat dari Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini, maka karya ini penulis persembahkan sebagai tanda terima kasih kepada:

1. Untuk kedua orang tuaku tercinta, Bapak Muslikhudin dan Ibu Muksonah sebagai wujud jawaban dan tanggungjawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta atas cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus membesarkan, merawat, dan memberikan dukungan moral dan material serta selalu mendoakan dan memberikan semangat.
2. Yang tersayang Kakak dan adik yang saya sayangi yang selalu memberikan semangat dalam doanya.
3. Yang tersayang saudara dan keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan support dan dukungannya baik secara moral maupun material.
4. Terima kasih untuk teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan, doa, dan kerjasamanya untuk berjuang hingga sejauh ini.
5. Terakhir kepada kakak senior yang sudah membantu dan memberikan dukungan kepada saya dalam menyusun skripsi ini.

ABSTRAKS

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari brand awareness, brand image, dan brand trust terhadap keputusan pembelian pada produk Hydro Coco di Kebumen. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS 23 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan *brand awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *brand trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. *Brand awareness*, *brand image*, dan *brand trust* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Produk Hydro Coco di Kebumen.

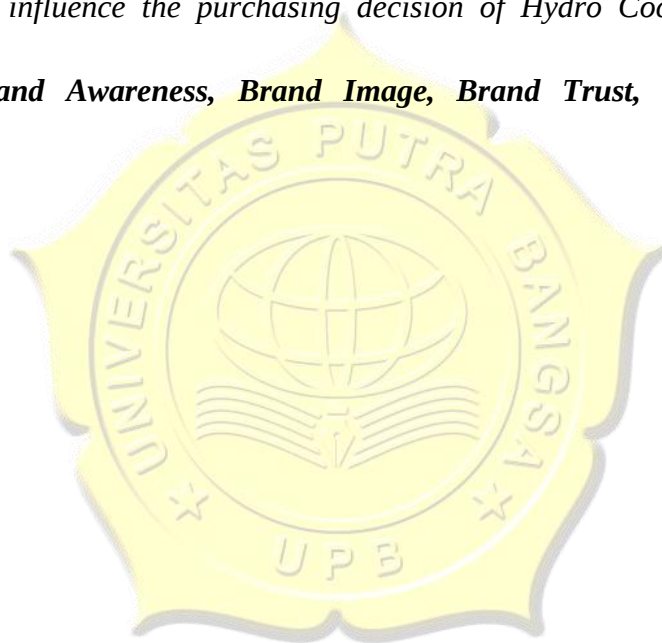
Kata Kunci: *Brand Awareness*, *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Keputusan Pembelian*.



ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of brand awareness, brand image, and brand trust on the purchase decision of Hydro Coco Products in Kebumen. This type of research uses a quantitative approach with a purposive sampling method. Data collection using a questionnaire with a Likert scale and a sample size of 100 respondents. The data analysis techniques used were validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis Test, t test, F test, and coefficient of determination using SPSS 23 for windows. The results of this study showed that brand awareness has on effects the purchase decision, brand image has on effects the purchase decision, brand trust has on effects the purchase decision. Brand awareness, brand image, and brand trust simultaneously influence the purchasing decision of Hydro Coco Products in Kebumen.

Keywords: *Brand Awareness, Brand Image, Brand Trust, and Purchase Decision.*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian Produk Hydro Coco di Kebumen.”**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelas Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan literature. Namun, penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi, dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

3. Seluruh dosen, karyawan. Dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Muslikhudin dan Ibu Muksonah sebagai wujud jawaban dan tanggungjawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta atas cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus membesarkan, merawat, dan memberikan dukungan moral dan material serta selalu mendoakan dan memberikan semangat.
5. Muhamad Baehaqi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dalam membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang tersayang kakak saya Restu Prasetyo dan adik saya Meta Anisatun Nufus yang selalu memberikan semangat dan doa selama ini sehingga terselesaikan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat saya khususnya Faischa, Arifah, Ida, Sara, Anjung, dan teman-teman terdekat saya yang belum bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, doa, motivasi, dan kerjasamanya yang sudah menemani saya berjuang sejauh ini.
8. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulisan skripsi.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Semoga dengan

selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAKS.....	iv
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15

2.1. Tinjauan Teori	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2. <i>Brand Awareness</i>	19
2.1.3. <i>Brand Image</i>	21
2.1.4. <i>Brand Trust</i>	24
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Hubungan Antar Variabel	34
2.4. Model Empiris.....	36
2.5. Hipotesis.....	37
BAB III	38
METODE PENELITIAN.....	38
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	38
3.2. Variabel Penelitian	38
3.3. Definisi Operasional Variabel	39
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	42
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	44
3.6. Populasi dan Sampel	46
3.7. Teknik Analisis.....	48
3.8. Analisis Data	49
BAB IV	57
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Analisis Deskriptif.....	57
4.2. Analisis Statistik.....	60
4.3. Pembahasan	75
BAB V.....	79

SIMPULAN	79
5.1. Simpulan.....	79
5.2. Keterbatasan	81
5.3. Implikasi	82
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Top Brand Index Minuman Isotonik Tahun 2019-2024	3
Tabel I- 2 Hasil Survei Minat Beli Produk Minuman Isotonik di Kota Kebumen .	4
Tabel I- 3 Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Hydro Coco.....	6
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	40
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Awareness</i>	41
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Image</i>	41
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Trust</i>	42
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran/Bulan	59
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	61
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (X1)	62
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> (X2).....	62
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Trust</i> (X3)	63
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolonieritas.....	66
Tabel IV- 11 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	68
Tabel IV- 12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	71
Tabel IV- 13 Hasil Uji Simultan (UJI f)	73
Tabel IV- 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	36
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas	65
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner.....	93
Lampiran 2.1 Data Identitas Responden	98
Lampiran 3.1 Data Tabulasi Kuesioner	100
Lampiran 4.1 Hasil Uji Validitas	104
Lampiran 5.1 Hasil Uji Reliabilitas	106
Lampiran 6.1 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	107
Lampiran 7.1 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	108
Lampiran 8.1 Hasil Uji Hipotesis	109
Lampiran 9.1 Tabel r.....	110
Lampiran 10.1 Tabel t.....	112
Lampiran 11.1 Tabel F.....	114
Lampiran 12.1 Kartu Bimbingan Skripsi.....	117
Lampiran 13.1 Kartu Seminar Proposal.....	118

