

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HELM BMC**

(Survei Pada Pengguna Sepeda Motor di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen



Disusun Oleh:

**Muhammad Ikhsa Nur Hidayat
(20210510216)**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HELM BMC

(Survey Pada Pengguna Sepeda Motor di Kabupaten Kuningan)

Oleh :

MUHAMMAD IKHSA NUR HIDAYAT

20210510216

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 20 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,

Penguji II,

Penguji III,



Prof. Dr. H. Dikdik Harijadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055

Dr. H. Iskandar, M.M.
NIP. 196205081987031003



Wely Hadi Gunawan, S.E., M.M
NIK. 410106910232

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HELM BMC
(Survey Pada Pengguna Sepeda Motor di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

Muhammad Ikhsa Nur Hidayat
20210510216

Disetujui Oleh :

Kuningan, 20 Juni 2025

Dosen Pembimbing I,



Prof. Dr. H. Dikdik Hariadi, S.E., M.Si.
NIK. 41038971055

Dosen Pembimbing II,



Miki Watulandi, S.E., M.M.
NIK. 41011830256

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,




Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054

Kepala Program Studi Manajemen,



Dr. Rina Ma'rurroh, S.E., M.E.Sy
NIK. 41038091296

LEMBAR PERNYATAAN OTENTISITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Ikhsa Nur Hidayat

NIM : 20210510216

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli produk Helm BMC Di Kabupaten Kuningan.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini benar – benar karya sendiri dan bukan duplikasi karya orang lain, kecuali pada bagian – bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam daftar pustaka, apabila lain waktu terbukti adanya penyimpangan karya dalam penulisan skripsi ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penulis.

Kuningan, Juni 2025

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow and red 3000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '3000 RUPIAH', '3000', and '3000BDALX411159539'. The signature is written in a cursive style.

Muhammad Ikhsa Nur Hidayat
20210510216

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

**“Setiap orang punya jatah gagal, maka habiskanlah jatah gagalmu saat
masih muda”**

-Dahlan Iskan-

PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmannirrohim....

**Dengan mengucap rasa syukur atas rahmat dan karunia Allah SWT. Skripsi
ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta.**

ABSTRAK

MUHAMMAD IKHSA NUR HIDAYAT. 20210510216. 2025 “PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK HELM BMC” Pembimbing I Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. Pembimbing II Micki Watulandi, SE., M.M. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan.

Fenomena dalam penelitian ini adalah penjualan produk helm BMC yang mengalami penurunan penjualan selama tiga tahun terakhir dari tahun 2022 – 2024 di beberapa toko helm seperti toko Alin Helm Kuningan, dan toko CMG Helmet Kuningan. Maka dapat diartikan bahwa produk Helm BMC mengalami pertumbuhan yang negatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau menganalisis Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Helm BMC Di Kabupaten Kuningan. Sampel yang diambil sebanyak 190 orang dari pengguna Sepeda Motor di Kabupaten Kuningan. Instrument penelitian ini berupa penyebaran kuisisioner (angket) secara online melalui google form. Teknik analisis data yang digunakan adalah *software* SPSS 26. Hasil hipotesis yang diajukan menunjukkan bahwa (1) Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif terhadap Minat Beli. (2) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (3) Kepercayaan Merek tidak berpengaruh terhadap Minat Beli. (4) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci : Citra Merek, Kepercayaan Merek, Kualitas Produk Minat Beli, Pasar

ABSTRACT

MUHAMMAD IKHSA NUR HIDAYAT. 20210510216. 2025. "The Influence of Brand Image, Brand Trust, and Product Quality on Purchase Intention of BMC Helmets." Supervisor I: Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. Supervisor II: Micki Watulandi, S.E., M.M. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Kuningan University.

The phenomenon underlying this research is the decline in sales of BMC helmet products over the past three years (2022–2024) in several helmet stores such as Alin Helm Kuningan and CMG Helmet Kuningan. This indicates that BMC helmet products are experiencing negative growth. This study aims to analyze the influence of brand image, brand trust, and product quality on the purchase intention of BMC helmet products in Kuningan Regency. The sample consisted of 190 motorcycle users in Kuningan Regency. The research instrument used was a questionnaire distributed online via Google Forms. The data analysis technique employed was regression analysis using SPSS version 26. The results of the hypothesis testing show that: (1) Brand image, brand trust, and product quality simultaneously have a positive influence on purchase intention; (2) Brand image has a positive and significant effect on purchase intention; (3) Brand Trust has no effect on Purchase Intention.; (4) Product quality has a positive and significant effect on purchase intention.

Keywords: Brand Image, Brand Trust, Product Quality, Purchase Intention, Market

KATA PENGANTAR

Dengan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayahnya tak lupa shalawat beserta salam semoga tercurah limpah kepada baginda Rasulullah SAW yakni Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian dengan judul **“Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Helm BMC”**.

Proposal penelitian ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan. Peneliti menyadari bahwa penulisan ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan berpikir peneliti serta keterbatasan waktu dan kesempatan. Namun peneliti berharap proposal penelitian ini akan bermanfaat dan akan memberikan informasi bagi pihak yang membutuhkan. Dalam penyelesaian proposal penelitian ini, peneliti banyak memperoleh bimbingan dan bantuan serta saran-saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kuningan, Mei 2025

Penulis

Muhammad Ikhsa Nur Hidayat
NIM. 20210510216

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan berkah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan. Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta Bapak Rusmadi dan Ibu Yayat Maryati, terima kasih selalu memberikan doa, dukungan moral maupun materiil dan kasih sayang yang tiada henti untuk penulis selama ini. Serta ucapan terima kasih ini takan pernah cukup betapa berharganya cinta, dukungan, pengorbanan dan kepercayaan yang kalian berikan selama perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini. Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi.
2. Prof. Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Micki Watulandi, S.E., M.M. Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Hj. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.
5. Dr. Rina Masruroh, S.E., ME.Sy. selaku Kepala Program Studi Manajemen.
6. Iqbal Arraniri, S.E.I., M.M. selaku dosen pembimbing akademik.
7. Kedua kakak tersayang Diah Hardiyati dan Muhammad Aksha Nur Ibrahim, penulis ucapkan terima kasih atas semua bantuan dan dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa sampai pada titik sekarang, tanpa adanya kalian mungkin penulis akan sulit untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Keponakan penulis Muhammad Zayyan Kalandra, terima kasih penulis ucapkan, yang dengan senyum dan tingkah polosnya memberikan kebahagiaan serta semangat tersendiri ditengah-tengah kesibukan penulis. Tumbuh lebih baik dibanding penulis dan jadilah versi terhebat.

9. Elvian Dwi Anggriyani, terima kasih telah menjadi sosok rumah sekaligus teman hidup yang selalu mendukung dan percaya di berbagai situasi dan kondisi bagi penulis. Terima kasih telah menjadi tempat berkeluh kesah, tempat bersandar dikala penulis lelah dengan semuanya dan menjadi sumber semangat ketika penulis merasa ragu sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Kehadiran kamu di hidup penulis bukan hanya sebagai penyemangat, akan tetapi juga sebagai pengingat bahwa proses ini tidak harus dijalani sendiri.
10. Untuk kedua sahabat saya, Thariq Zayyiddidan dan Anzas Febrian Saeful Millah terima kasih sudah kebersamaan saya selama kurang lebih 4 tahun di Universitas Kuningan
11. Untuk Sahabat saya sedari SMA, Aziz Rizal Pratama, Bimo Aulia Illahi Ramadhan, Mohammad Haikal Ghayyats, Naufal Nur Fadhillah Karim dan Nauval Dwi Rivalfakhri terimakasih penulis ucapkan yang telah kebersamaan penulis dari sejak duduk dibangku SMA sampai sekarang masih sering bertukar cerita
12. Untuk keluarga besar kelas Manajemen E tahun angkatan 2021 terima kasih telah kebersamaan, banyak cerita suka dan duka selama kurang lebih 4 tahun di Universitas Kuningan. Doa terbaik untuk kalian.
13. Tak lupa saya ucapkan terimakasih untuk diri sendiri, yang mampu bertahan dan berusaha keras sampai bisa di titik ini.
14. Serta bagi pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan berarti, penulis ucapkan banyak terima kasih.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERSETUJUAN

PERNYATAAN OTENTISITAS

MOTO DAN PERSEMBAHAN

ABSTRAK i

ABSTRACT *ii*

KATA PENGANTAR iii

UCAPAN TERIMA KASIH iv

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiii

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Rumusan Masalah 11

1.3 Tujuan Penelitian 11

1.4 Manfaat Penelitian 12

BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS 13

2.1. Landasan Teori 13

2.1.2. Citra Merek 14

2.1.2.1. Pengertian Citra Merek 14

2.1.2.2. Manfaat Citra Merek 14

2.1.2.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek 15

2.1.2.4. Indikator Citra Merek 16

2.1.3. Kepercayaan Merek	17
2.1.3.1. Pengertian Kepercayaan Merek	17
2.1.3.2 Manfaat Kepercayaan.....	17
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan Merek.....	18
2.1.3.4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Merek.....	19
2.1.4. Kualitas Produk.....	19
2.1.4.1. Pengertian Kualitas produk	19
2.1.4.2. Manfaat Kualitas Produk.....	20
2.1.4.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	21
2.1.4.4. Indikator Kualitas Produk	22
2.1.5. Minat Beli	24
2.1.5.1. Pengertian Minat Beli	24
2.1.5.2. Indikator Minat Beli.....	24
2.1.5.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli.....	25
2.2. Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1. Hubungan Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli.....	26
2.2.2. Hubungan citra Merek Dengan Minat beli.....	26
2.2.3. Hubungan Kepercayaan Merek Dengan Minat Beli	27
2.2.4. Hubungan Kualitas Produk Dengan Minat Beli	28
2.3. Penelitian Terdahulu.....	29
2.4. Kerangka Berpikir.....	31
2.5. Hipotesis.....	32
BAB III.....	33
METODE PENELITIAN	33

3.1. Metode Penelitian yang Digunakan	33
3.2. Operasional Variabel	34
3.3. Populasi dan Sampel	36
3.3.1. Populasi	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.4. Jenis dan Sumber Data	37
3.4.1. Jenis Data	37
3.4.2. Sumber Data.....	38
3.4.2.1. Data Primer	38
3.5. Teknik Pengumpulan Data	38
3.6. Uji Instrumen	39
3.6.1. Uji Validitas.....	39
3.6.2. Uji Reliabilitas	42
3.7. Teknik Analisa Data	43
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	43
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	45
3.7.3. Uji Normalitas.....	45
3.7.4. Uji Multikolineritas.....	45
3.7.5. Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.7.6. Analisis Regresi Berganda	46
3.7.7. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	46
3.7.8. Uji Hipotesis	47
3.7.8.1. Uji Simultan (Uji F)	47
3.7.8.2. Uji Parsial (Uji T).....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	49

4.1. Hasil Penelitian	49
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.2. Gambaran Karakteristik Responden	50
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
4.1.2.4 Karaktersitik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	52
4.1.3 Analisis Deskriptif.....	53
4.1.3.1. Gambaran Variabel Citra Merek (X1).....	54
4.1.3.2. Gambaran Variabel Kepercayaan Merek (X2).....	55
4.1.3.3. Gambaran Variabel Kualitas Produk (X3)	56
4.1.4. Uji Asumsi Klasik	58
4.1.4.1. Uji Normalitas.....	58
4.1.4.2. Uji Multikolinieritas.....	58
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.1.5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.1.6 Koefisein Determinasi (R ²)	62
4.1.7 Uji Hipotesis	63
4.1.7.1 Uji F (Simultan)	63
4.1.7.2. Uji t (Parsial).....	64
4.2 Pembahasan.....	65
4.2.1. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli.....	66
4.2.2. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	66
4.2.3 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli	67

4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kualitas Produk	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN-LAMPIRAN	72
LAMPIRAN I	79
LAMPIRAN II.....	82
LAMPIRAN III	95
LAMPIRAN IV	120
LAMPIRAN V	137
LAMPIRAN VI	142
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	143

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Helm BMC di Top Brand Award Periode 2021-2025 ..	4
Tabel 1. 2 Data Penjualan Helm BMC	5
Tabel 1. 3 Research Gap Citra Merek, Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	34
Tabel 3. 2 Nilai Skala Interval	39
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek	40
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan Merek	40
Tabel 3. 5 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	41
Tabel 3. 6 Uji Validitas Variabel Minat Beli	41
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	52
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif	53
Tabel 4. 6 Uji Normalitas	58
Tabel 4. 7 Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4. 8 Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4. 9 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	61
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4. 11 Uji F (Simultan)	63
Tabel 4. 12 Uji t (Parsial)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Sepeda Motor di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Data Penjualan Helm BMC di Top Brand Award Periode 2021-2025	3
Gambar 1. 3 Diagram Minat Beli.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 4. 1 Logo Helm BMC.....	49
Gambar 4. 2 Daerah Kriterium Variabel (X1).....	55
Gambar 4. 3 Daerah Kriterium Variabel (X2).....	56
Gambar 4. 4 Daerah Kriterium Variabel (X3).....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Pengantar Bimbingan Skripsi Berita Acara Bimbingan Skripsi
Lampiran II	: Kuesioner Penelitian
Lampiran III	: Data Hasil Penelitian
Lampiran IV	: Hasil Olah Data SPSS Versi 26
Lampiran V	: Tabel r (taraf signifikansi 0,05) Tabel f (taraf signifikansi 0,05) Tabel t (taraf signifikansi 0,05)
Lampiran VI	: Daftar Riwayat Hidup