

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DIMEDIASI
OLEH KEPERCAYAAN MEREK (STUDI PADA GIOVANI VAPE
STORE MALAKA TENGAH)**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana

Manajemen



OLEH

PETRUS ALESSANDRO ELVIS BERE
NIM : 32122065

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DIMEDIASI
OLEH KEPERCAYAAN MEREK (STUDI PADA GIOVANI VAPE
STORE MALAKA TENGAH)**

Yang Diajukan Oleh :

Nama : Petrus Alessandro Elvis Bere
NIM : 32122065
Fakultas : Ekonomika dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

**Skripsi ini telah disetujui oleh Tim Pembimbing dan diuji di Fakultas
Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik
Widya Mandira Kupang**

Pembimbing I

Selfiana Goetha, SE, MM
NIDN: 15 180394 01

Pembimbing II

Engelbertus G. C. Watu, SE, MM
NIDN: 15 100493 01

Kupang,2026

**Mengesahkan :
Ketua Program Studi Manajemen**



Hedwig H. T. Celap SE, MM
NIDN: 15 161093 01

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Jumat, 12 Desember 2025
Jam : 13.00-16.00
Tempat : Ruang 206
Nama : Petrus Alessandro Elvis Bere
NIM : 32122065
Dinyatakan : LULUS

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Selfiana Goetha, SE, MM
2. Sekretaris : Engelbertus G. C. Watu, SE, MM
3. Penguji I : Maria A. Lopes Amaral, SE, MM
4. Penguji II : Apryanus Fallo, SE, MM
5. Penguji III : Selfiana Goetha, SE, MM

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

MENGETAHUI

Dekan
Fakultas Ekonomika dan Bisnis



Dr. M. E. Perseveranda, SE, M.Si
NIDN: 0819066703

Ketua Program Studi
Manajemen



Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM
NIDN: 1516109301

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Petrus Alessandro Elvis Bere

No Registrasi : 32122065

Fakultas/Program Studi : Fakultas Ekonomika Dan Bisnis /Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELOMPOK REFERENSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DIMEDIASI
OLEH KEPERCAYAAN MEREK (STUDI PADA GIOVANI VAPE
STORE MALAKA TENGAH)**

Adalah benar – benar karya saya sendiri dan apabila dikemudian hari ditemukan unsur-unsur plagiarisme, maka saya bersedia diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kupang, Desember 2025



Petrus Alessandro Elvis Bere

MOTTO DAN PERSEMBAHKAN

MOTTO

“If you don’t take risks, you can’t create a future”.

Monkey D. Luffy

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang mendalam, telah diselesaikan skripsi ini, saya persembahkan dengan rasa cinta yang tulus dan bangga kepada orang-orang terkasih yang telah mendukung saya dengan caranya masing-masing:

1. Tuhan Yesus atas segala berkat dan campur tangan-Nya sehingga langkah dan kesulitan yang penulis alami selalu dimudahkan serta senantiasa menyertai setiap langkah penulis.
2. Orang tua tercinta Bapak Wilibrodus Trensus Bere, dan Mama Wilfrida Getrida Christa Seran yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya. Selalu memberikan cinta, kasih sayang, dukungan dan motivasi. Serta menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya dalam mencapai cita-cita.
3. Kakak tercinta Charles Giovani Bere, Christian Ronald Bere dan adik Leonard Lorenzo Bere yang tidak pernah bosan mendukung dan memberi motivasi.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya, sehingga skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN MEREK (STUDI PADA GIOVANI VAPE STORE MALAKA TENGAH)”**, dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Skripsi ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat kelulusan pendidikan Strata Satu, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Selesainya penulisan skripsi ini adalah berkat bantuan, bimbingan, serta dukungan dari semua pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini diucapkan limpah terima kasih kepada:

1. Pater Dr. Stefanus Lio, SVD, S.Fil., MA selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk dapat mengikuti dan menyelesaikan pendidikan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
2. Ibu Dr. Erse Perseveranda, SE, M.Si selaku Dekan, Dr. Marius Masri, SE.,MSi dan Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si selaku Wakil Dekan I dan II, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Bapak Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan motivasi dan masukan yang sangat membantu selama masa perkuliahan sampai pada akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Hedwigh H. T. Lejap, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan penuh kesabaran membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan seluruh rangkaian proses pendidikan dibangku perkuliahan.
5. Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Engelbertus G. C. Watu, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan meluangkan waktu dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Maria A. Lopes Amaral, SE, MM selaku dosen Penguji I dan Bapak Apryanus Fallo, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan ujian, saran dan perbaikan.
7. Seluruh Dosen pengajar pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan serta bimbingan selama mengikuti perkuliahan.
8. Ibu Getrudis F. Kase, A.Md selaku Kepala Tata Usaha dan seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan dan dalam segala urusan administrasi.
9. Bapak Wilibrodus Trensus Bere dan Mama Wilfrida Getrida Christa Seran sebagai orang tua kandung yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik dan selalu mendoakan untuk keberhasilan, beserta saudara (Kakak Charles Bere,

Ronald Bere, dan adik Renzo Bere) yang telah memberikan dukungan dan doa untuk meraih gelar Sarjana Manajemen ini.

10. Teman-teman Mahasiswa/i seperjuangan Angkatan 2022 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang (Crespo, Arman, Akbar Dian, Vianey, dan Vantry) yang dengan caranya masing-masing telah membantu dan memberi dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung selama kuliah dan penulisan skripsi ini.

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang dimiliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, diharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa memberkati kita semua.

Kupang, Januari 2026

Penulis

ABSTRAK

Petrus Alessandro Elvis Bere (32122065), dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dimediasi oleh Kepercayaan Merek (Studi pada Giovani Vape Store Malaka Tengah)”, di bawah bimbingan Ibu Selfiana Goetha, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Engelbertus G. C. Watu, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II.

Giovani Vape Store Malaka Tengah merupakan salah satu usaha ritel yang bergerak di bidang penjualan produk *vape*, yang menghadapi persaingan bisnis semakin ketat sehingga menuntut pemahaman yang lebih baik terhadap perilaku konsumen. Keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga oleh faktor sosial seperti kelompok referensi serta kepercayaan terhadap merek. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan: 1) untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas produk, kelompok referensi, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian pada Giovani Vape Store Malaka Tengah; 2) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kelompok referensi terhadap kepercayaan merek; 3) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian; 4) untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian; dan 5) untuk mengetahui peran kepercayaan merek dalam memediasi pengaruh kualitas produk dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Giovani Vape Store Malaka Tengah, dengan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Sampel penelitian diambil dari konsumen yang pernah melakukan pembelian. Jenis data yang digunakan berdasarkan sumbernya meliputi data primer dan data sekunder, sedangkan berdasarkan sifatnya meliputi data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial dengan pendekatan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS) menggunakan perangkat lunak *SmartPLS*.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kelompok referensi, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian berada pada kategori baik. Hasil analisis statistik inferensial menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek dan keputusan pembelian; 2) kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan merek dan keputusan pembelian; 3) kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; dan 4) kepercayaan merek mampu memediasi pengaruh kualitas produk dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disarankan kepada pengelola Giovani Vape Store Malaka Tengah untuk terus meningkatkan kualitas produk, menjaga keaslian dan variasi produk, memperkuat pengaruh kelompok referensi melalui komunitas dan rekomendasi konsumen, serta meningkatkan kepercayaan merek melalui pelayanan yang konsisten, transparansi informasi, dan jaminan keamanan produk agar keputusan pembelian konsumen dapat meningkat secara berkelanjutan.

Kata kunci: kualitas produk, kelompok referensi, kepercayaan merek, keputusan pembelian

DAFTAR ISI

LEMBARAN PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHKAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	13
2.2. Keputusan Pembelian.....	16
2.2.1. Faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	17
2.2.2. Indikator keputusan pembelian	19
2.3. Kepercayaan merek.....	21

2.3.1. Indikator kepercayaan merek	23
2.4. Kualitas produk	24
2.4.1. Indikator kualitas produk	25
2.5. Kelompok Reverensi	27
2.5.1. Indikator kelompok referensi	28
2.6. Penelitian Terdahulu	30
2.7. Pengembangan Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.2. Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi	40
3.2.2. Sampel.....	40
3.3. Jenis Data	42
3.3.1 Jenis Data Menurut Sumbernya	42
3.3.2. Jenis Data Menurut Sifat	42
3.4. Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1. Kuesioner	43
3.4.2. Studi Pustaka.....	43
3.5. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	43
3.6. Teknik Analisis Data.....	46
3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif	46
3.6.2. Analisis Statistik Inferensial	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Gambaran Umum Tentang Giovani Vape Store	53
4.2. Karakteristik Responden	53
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
4.2.3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat Pendidikan terakhir	55
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Vape di Giovanni Vape store	57
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Paling Sering Dibeli	58
4.3. Teknik Analisis Data.....	59
4.3.1. Analisis Deskriptif	59
4.4. Analisis Statistik Inferensial	63
4.4. Uji Hipotesis.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Penjuala	4
Tabel 1.2. Reseaarch Gap.....	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1. Variabel, Definisi Operasional, Indikator dan Skala Pengukuran	44
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	56
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian <i>Vape</i> di Giovanni <i>Vape store</i>	57
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Produk Yang Paling Sering Dibeli	58
Tabel 4.7. Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Persepsi Responden Terkait Variabel Kualitas Produk (X1).....	60
Tabel 4.8. Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Persepsi Responden Terkait Variabel Kelompok Referensi (X2).....	61
Tabel 4.9. Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Persepsi Responden Terkait Variabel Kepercayaan Merek (Z)	62
Tabel 4.10. Rekapitulasi Analisis Hasil Perolehan Skor Persepsi Responden Terkait Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4.11. Hasil Anallisis <i>Outer Loadings (Measurement Model)</i>	65
Tabel 4.12. <i>Discriminant Validity (Cross Loadings)</i>	66

Tabel 4.13. Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	67
Tabel 4.14. Nilai <i>Composite Reliability</i>	68
Tabel. 4.15. Nilai <i>Cronbachs Alpha</i>	68
Tabel 4.16. <i>Path Coefficient</i>	69
Tabel 4.17. Hasil Perhitungan <i>R-Square</i>	70
Tabel 4.18. Kualitas Produk, Kelompok Referensi, Kepercayaan Merek dan Keputusan pembelian	72
Tabel 4.19. Hasil Perhitungan Total <i>Spesific Indirect Effects</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	32
Gambar 3.1. Diagram Jalur	49
Gambar 4.1 Analisis Jalur untuk Melihat Outer Model (<i>Convergent Validity</i>)	64
Gambar 4.2. Kualitas Produk, Kelompok Referensi, Kepercayaan Merek dan Keputusan pembelian.....	72