

Pengaruh *Brand Image* dan *Website Quality* terhadap *Perceived Trust* Pengguna *E-Commerce Merchandise K-Pop Weverse*

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen



LAILATUL AZKA HIDAYAH

1201001012

PROGRAM STUDI STRATA SATU

MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Lailatul Azka Hidayah

NIM : 1201001012

Tanda Tangan : 

Tanggal : 07 Februari 2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Lailatul Azka Hidayah

NIM 1201001012

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul : “Pengaruh *Brand Image* dan *Website Quality* Terhadap *Perceived Trust* Pengguna *E-Commerce Merchandise K-Pop Weverse*”

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Raden Aryo Febrian



Pembahas 1

: Holila Hatta Spd., M.M.



Pembahas 2 : Ir. Gunardi Endro, Ph.D.

(  Ditandatangani secara elektronik oleh Gunardi pada 10/03/2025 16:57

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Brand Image dan Website Quality Terhadap Perceived Trust Pengguna E-Commerce Merchandise K-Pop Weverse" dengan lancar. Penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktu, pikiran dan memberikan saran serta kritik yang membangun sehingga sangat bermanfaat bagi penulis saat melakukan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis tidak lupa menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak yang membantu saya, ucapan terima kasih ditunjukkan kepada:

1. Keluarga, terima kasih kepada mama Dewi Lestari, atas segala doa dan dukungan dalam segala hal terutama dalam pendidikan yang tidak putus. dan untuk adik Renita Sofian Hidayah beserta keluarga besar yang juga menjadi bagian dari perjalanan penulis sehingga bisa menyelesaikan kuliah sampai lulus. muchas gracias mi vida, te amo y te quiero.
2. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., IPU selaku Rektor Universitas Bakrie dan Bapak M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Bakrie,
3. Bapak Raden Aryo Febrian Moedanton, S.M.M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan banyak ilmu dan masukan selama penulis melakukan penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh dosen program studi manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama kuliah.
5. Teman-teman penulis yang senantiasa bersama selama di perkuliahan, UUN (Nurul Adha Sari) yang memberi dukungan, serta OLEN (Lawren Milanda

Ramadhani) dan Listaaaa Saputri yang masih bersama dalam melakukan penelitian hingga penelitian selesai muchas gracias te amo y te quiero.

6. Bang tan, one dream, connect, kamsahago semua member Bangtan Sonyeondan, Tomorrow X Together dan ENHYPEN yang memotivasi penulis selama menulis penelitian melalui karya musiknya. Like suga's part in so what "There's nothing that works out as I wanted. there's even fewer places for me to hide. It's already been a while since the dice were rolled If you dawdle, you'll be swept away, 90% of your worries are an imaginary swamp that you created Just go instead of worrying don't get scared, cheer up. and Enha in shout out "The life-like paradigm that imprisoned me, beyond the line drawn by someone. For the sake of the true me. Recklessly in my own way, here is our own universe. This moment just so free". Last but not Least "I think being a rock would be nice, just rolling around my kind of rock n' roll".
7. Min Yoongi, Choi Soobin hago Park Sunghoon modu saranghaeyo.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lailatul Azka Hidayah
NIM : 1201001012
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Kuantitatif Studi Kasus

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: “Pengaruh Brand Image dan Website Quality Terhadap Perceived Trust Pengguna E-Commerce Merchandise K-Pop Weverse” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis,

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta

Pada tanggal: 07 Februari 2025

Yang menyatakan,



(Lailatul Azka Hidayah)

**Pengaruh *Brand Image* dan *Website Quality* terhadap *Perceived Trust*
Pengguna *E-Commerce Merchandise K-Pop Weverse***

Lailatul Azka Hidayah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis “pengaruh *brand image* dan *website quality* terhadap *perceived trust* pengguna *e-commerce merchandise K-Pop Weverse*”. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei terhadap pengguna *Weverse*. Analisis data meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (multikolinearitas dan heteroskedastisitas), serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* dan *website quality* secara signifikan mempengaruhi *perceived trust* pengguna *Weverse*. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi Hybe Corporation dan penjual *merchandise K-Pop* lainnya untuk meningkatkan *brand image* dan mengoptimalkan *website quality* guna meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna.

**Pengaruh *Brand Image* dan *Website Quality* terhadap *Perceived Trust*
Pengguna *E-Commerce Merchandise K-Pop Weverse***

Lailatul Azka Hidayah

Abstract:

This research aims to analyze “the influence of brand image and website quality on the perceived trust of users of the K-Pop merchandise e-commerce platform Weverse”. The research method used is quantitative, with data collected through surveys of Weverse users. Data analysis includes descriptive analysis, validity testing, reliability testing, classical assumption testing (multicollinearity and heteroscedasticity), and multiple linear regression analysis. The research results indicate that brand image and website quality significantly influence the perceived trust of Weverse users. This study provides valuable insights for Hybe Corporation and other K-Pop merchandise sellers on how to enhance brand image and optimize website quality to increase user trust and loyalty.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
ABSTRAK.....	vii
Abstract:	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah:	4
1.3 Tujuan Penelitian:	4
1.4 Manfaat Penelitian:	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	6
2.1 Brand Image (Citra Merek)	6
2.1.1 Pengertian Brand Image.....	6
2.1.2 Komponen Pembentuk Brand Image	7
2.1.3 Dimensi Pembentuk <i>Brand Image</i>	9
2.1.4 Indikator <i>Brand Image</i>	10
2.1.5 Manfaat <i>Brand Image</i>	12
2.1.6 Pengaruh Brand Image terhadap Kepercayaan	13
2.1.7 Pengukuran Brand Image.....	13
2.2 <i>Website Quality</i>	14
2.2.1 Pengertian <i>Website Quality</i>	14
2.2.2 Pengaruh Website Quality terhadap Kepercayaan	16
2.2.3 Pengukuran Website Quality	17
2.3 Perceived Trust (kepercayaan).....	17
2.3.1 Pengertian <i>Perceived Trust</i>	17
2.3.2 Indikator Kepercayaan	19
2.3.3 Tolak Ukur Kepercayaan	21

2.3.4 Pengukuran Perceived Trust.....	22
2.4 Tabel Penelitian Terdahulu	23
2.5 Kerangka Konseptual	29
2.6 Pengembangan Hipotesis.....	29
2.6.1 Pengaruh Brand Image terhadap Perceived Trust	29
2.6.2 Pengaruh Website Quality terhadap Perceived Trust	30
2.6.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Website Quality</i> terhadap <i>Perceived Trust</i>	30
BAB III	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.2 Sumber Data	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel	32
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2 Karakteristik Responden.....	48
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	54
4.4.1 Uji Validitas	54
4.4.2 Uji Reliabilitas	56
4.4.3 Uji Korelasi	56
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	60
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	61
4.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	62
4.5.5 Uji Hipotesis	63
4.5.6 Koefisien Determinasi (R Square)	65
4.6 Pembahasan	66
BAB V	69
PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Peneliti Terdahulu.....	23
Tabel 2 bobot skor kuesioner	36
Tabel 3 Operasional Variabel	36
Tabel 4 Jenis Kelamin	48
Tabel 5 Usia Responden.....	49
Tabel 6 Pernyataan Responden	50
Tabel 7 Analisis Brand Image	50
Tabel 8 Analisis Website Quality	52
Tabel 9 Analisis Perceived Trust.....	53
Tabel 10 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 12 Tabel Histogram	58
Tabel 13 Tabel Plot.....	58
Tabel 14 Kolmogorov	59
Tabel 15 Coefficients	61
Tabel 16 Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 17 Uji Regresi Berganda	63
Tabel 18 Anova	65
Tabel 19 Corelation	Error! Bookmark not defined.
Tabel 20 Coefficiens Determninasi	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Konsep Berpikir	29
Gambar 2 Rumus lemeshow	33