

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, PERSEPSI  
KUALITAS, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN  
KONSUMEN DI KALANGAN GEN-Z (STUDI PADA *DIGITAL  
OUT OF HOME ADVERTISING: MOBILE LED*)**

**MUHAMMAD DHAFIN SYAH**

**1707620073**



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri  
Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

***THE INFLUENCE OF BRAND TRUST, PERCEIVED QUALITY,  
AND PROMOTION ON PURCHASE DECISIONS AND ITS  
IMPACT ON CUSTOMER SATISFACTION AMONG GEN Z  
(STUDY ON DIGITAL OUT OF HOME ADVERTISING: MOBILE  
LED)***

**MUHAMMAD DHAFIN SYAH**

**1707620073**



**This thesis was prepared to fulfill one of the requirements to obtain a Bachelor of Education Degree at the Faculty of Economics State University of Jakarta**

**BUSINESS EDUCATION STUDIES PROGRAM**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2024**

## ABSTRAK

**Muhammad Dhafin Syah, Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Kualitas, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen di Kalangan Gen-Z (Studi Pada Digital Out of Home Advertising Mobile Led, Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2023**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan baru dan menganalisis pengaruh kepercayaan merek, persepsi kualitas, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta dampaknya terhadap kepuasan pelanggan pada *digital out of home mobile led* di kalangan Gen Z. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei melalui kuesioner yang disebar secara online, dengan populasi yang digunakan adalah generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Teknik analisis yang digunakan untuk mengolah data yang terkumpul adalah uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan software SmartPLS dan pengujian hipotesis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan software SmartPLS. Hasil penelitian menyebutkan bahwa variabel Kepercayaan merek tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, variabel persepsi kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel kepercayaan merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel persepsi kualitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, variabel promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan variabel keputusan pembelian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen

**Kata kunci:** *digital out of home, mobile led*, kepercayaan merek, persepsi kualitas, promosi, keputusan pembelian, kepuasan konsumen

## ABSTRACT

**Muhammad Dhafin Syah, The Influence Of Brand Trust, Perceived Quality, And Promotion On Purchase Decisions And Its Impact On Customer Satisfaction Among Gen Z (Study On Digital Out Of Home Advertising: Mobile Led), Skripsi Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2024**

*This research aims to gain new knowledge and analyze the influence of brand trust, perceived quality, and promotion on purchasing decisions as well as their impact on customer satisfaction with digital out of home mobile led among Gen Z. This type of research is quantitative research using survey methods via questionnaires which is distributed online, with the population used being generation Z who live in DKI Jakarta. The sampling technique used in this research was a purposive sampling technique with a sample size of 200 respondents. The analysis technique used to process the collected data is validity and reliability testing using SmartPLS software and hypothesis testing using Structural Equation Modeling (SEM) with SmartPLS software. The research results show that the brand trust variable does not have a positive and significant influence on purchasing decisions, the quality perception variable has a positive and significant influence on purchasing decisions, the promotion variable has a positive and significant influence on purchasing decisions, the brand trust variable has a positive influence and significant on consumer satisfaction, the quality perception variable has a positive and significant influence on consumer satisfaction, the promotion variable has a positive and significant influence on consumer satisfaction, and the purchasing decision variable has a positive and significant influence on consumer satisfaction*

**Keyword:** *Brand trust, perceived quality, promotions, purchase decision, customer satisfaction*

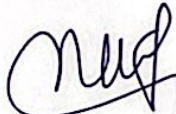




**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi**



**Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D.**

**NIP. 197002122008121001**

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Nadya Fadillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd NIP. 199302202019032022 (Ketua Sidang)	 .....	22 Juli 2024
2.	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP. 199504122023212041 (Penguji 1)	 .....	22 Juli 2024
3.	Rizka Zakiah, M.Pd NIP. 199401182023212040 (Penguji 2)	 .....	22 Juli 2024
4.	Dr. Osly Usman, M. Bus NIP. 197401152008011008 (Pembimbing 1)	 .....	22 Juli 2024
5.	Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A NIP. 199111022022032013 (Pembimbing 2)	 .....	22 Juli 2024
Nama	: Muhammad Dhafin Syah		
No. Registrasi	: 1707620073		
Program Studi	: S1 Pendidikan Bisnis		
Tanggal Lulus	: 19 Juli 2024		

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 1 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Muhammad Dhafin Syah

NIM. 1707620073

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur praktikan panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan tugas akhir atau skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan Merek, Persepsi Kualitas, dan promosi terhadap Keputusan Pembelian serta Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan di Kalangan Generasi Z (Studi pada *Digital Out of Home Advertising: Mobile Led*)”**. Naskah skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan jenjang sarjana pada Program Studi Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan skripsi, banyak kendala dan hambatan yang dialami oleh penulis, namun terdapat pihak-pihak yang memberikan dukungan serta bimbingan kepada penulis agar mampu menyelesaikan amanah ini sebaik mungkin hingga akhir. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Bisnis.
3. Bapak Dr. Osly Usman, M. Bus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta masukan kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.

4. Ibu Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan, serta saran dan masukan kepada penulis pada proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh dosen Pendidikan Bisnis Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Seluruh anggota keluarga, terkhusus lagi kepada Mamih, Ayah, dan Andek yang selalu memberikan semangat, doa, serta dukungan kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 terkhusus Nabilah Afifah Rasya, Siska Amelia Putri, Salma Putri Yulizar, Putri Silvana Dirgantari, Misykatul Adawiyah, Siti Sarah Nurul Ilmi, Rifqi Raihandhika, Yazid Naufal, Rico Ramanda, dan Arman Rafi Muhamad yang selalu menemani dan memberi semangat sejak semester awal hingga akhir.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis berharap kepada pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang membangun untuk digunakan di masa mendatang. Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan dampak yang positif.

Terimakasih

Jakarta, 22 Mei 2024

Penulis

Muhammad Dhafin Syah

NIM. 1707620073