



SKANDAL MANIPULASI DATA UJI KESELAMATAN: PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG

GEHA ZAKYYUDDIN RABBANI



**SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Skandal Manipulasi Data Uji Keselamatan: Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Ulang”) adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Geha Zakyyuddin Rabbani
K1401201116



ABSTRAK

GEHA ZAKYYUDDIN RABBANI. Skandal Manipulasi Data Uji Keselamatan: Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Ulang. Dibimbing oleh NOER AZAM ACHSANI dan KHAIRIYAH KAMILAH.

Skandal uji keselamatan Daihatsu menjadi latar belakang penelitian ini untuk menganalisis pengaruh citra dan kepercayaan merek terhadap niat beli ulang konsumen di Indonesia pasca-krisis. Menggunakan metode kuantitatif SEM-PLS terhadap 155 pemilik kendaraan produksi Daihatsu, penelitian ini menemukan bahwa citra dan kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap niat beli ulang. Kepercayaan merek menjadi faktor dominan, yang menegaskan bahwa komitmen perusahaan pada aspek keselamatan, kualitas, dan transparansi adalah fondasi utama loyalitas. Implikasinya, strategi pemulihan yang berfokus pada penguatan keunggulan produk (citra) dan pembuktian integritas (kepercayaan) menjadi fundamental untuk mempertahankan konsumen di pasar Indonesia.

Kata kunci: citra merek, kepercayaan merek, niat beli ulang, skandal otomotif

ABSTRACT

GEHA ZAKYYUDDIN RABBANI. *Safety Test Data Manipulation Scandal: The Effect of Brand Image and Brand Trust on Repurchase Intention. Supervised by NOER AZAM ACHSANI and KHAIRIYAH KAMILAH.*

The Daihatsu safety test scandal serves as the backdrop for this study, which analyzes the influence of brand image and brand trust on consumer repurchase intention in Indonesia post-crisis. Using a quantitative SEM-PLS method on 155 owners of Daihatsu-produced vehicles, the study found that both brand image and brand trust have a significant positive effect on repurchase intention. Brand trust emerged as the dominant factor, confirming that the company's commitment to safety, quality, and transparency is the primary foundation of loyalty. The implication is that a recovery strategy focused on strengthening product excellence (image) and proving integrity (trust) is fundamental to retaining consumers in the Indonesian market.

Keywords: automotive scandal, brand image, brand trust, repurchase intention



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



SKANDAL MANIPULASI DATA UJI KESELAMATAN: PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP NIAT BELI ULANG

GEHA ZAKYYUDDIN RABBANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.
- 2 Dra. Alfa Chasanah, M.A.



IPB University
— Bogor Indonesia —

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Skandal Manipulasi Data Uji Keselamatan: Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Ulang

Nama : Geha Zakyyuddin Rabbani

NIM : K1401201116

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.

Pembimbing 2:

Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si.



Digitally signed by:
Noer Azam Achsani

Date: 20 Agu 2025 13:43:19 WIB
Verify at design.ipb.ac.id



Digitally signed by:


Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh B.Sc, M.Sc.

NIP. 19771126200812200



Digitally signed by:


Tanggal Ujian:
25 Juli 2025

Tanggal Lulus:

(tanggal penandatanganan oleh Dekan
Fakultas/Sekolah ...)



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah ﷻ atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan November 2024 sampai Februari 2025 ini ialah pemasaran, dengan judul “Skandal Manipulasi Data Uji Keselamatan: Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Niat Beli Ulang”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S. dan Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si., atas segala arahan, bimbingan, dukungan, dan saran yang menjadi peran terpenting dalam tuntasnya penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing atas masukannya yang sangat berharga.

Di samping itu, penghargaan khusus penulis sampaikan kepada seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis dengan sepenuh hati dan segenap tenaga, wabillkhusus kepada Ayah dan Mama yang tidak pernah menyerah dalam mendukung penulis untuk senantiasa bergerak maju. Tak akan ada balasan lebih baik yang bisa kuberikan selain harapan agar semoga rahmat Allah senantiasa berlimpah kepada Ayah dan Mama.

Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh rekan sejawat, wabillkhusus kepada teman-teman DPD; Hanif, Radya, Adrian, Azra, Mas Bayu, Dion, Reinaldi “Bromod”, Maskar “Jense”, dan *member* lainnya yang tidak pernah gagal dalam mewarnai hari-hari kehidupan penulis dengan penuh canda tawa dan sangat amat suportif dalam berbagi berbagai ilmu selama lima tahun terakhir hingga semoga selamanya. Tidak lupa juga dihaturkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu selama pengumpulan data, wabillkhusus kepada Bang Sali, selaku pengurus blog Instagram @wheelsaroundme yang telah membantu menggerakkan massa “Warga WAM” dalam menyelesaikan penelitian ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan..

Bogor, Juli 2025

Geha Zakyyuddin Rabbani

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Skandal Manipulasi	7
2.2 Citra Merek	8
2.3 Kepercayaan Merek	8
2.4 Niat Beli Ulang	9
2.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Niat Beli Ulang	10
2.6 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Niat Beli Ulang	11
2.7 Kerangka Pemikiran	11
2.8 Model dan Hipotesis Penelitian	14
III METODE	15
3.1 Waktu dan Tempat	15
3.2 Jenis dan Sumber Data	15
3.3 Metode Penentuan Sampel	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data	15
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	16
3.6 Definisi Operasional Variabel	18
3.7 Formulasi Rekomendasi	20
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1 Pengaruh Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Niat Beli Ulang	21
4.2 Rekomendasi	31
V SIMPULAN DAN SARAN	35
5.1 Simpulan	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA	36
RIWAYAT HIDUP	42



DAFTAR TABEL

1	Skala <i>Likert</i>	16
2	<i>Rule of thumb</i> evaluasi <i>outer model</i>	17
3	<i>Rule of thumb</i> evaluasi <i>inner model</i>	18
4	Definisi Operasional Variabel	18
5	Profil responden	21
6	Hasil <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	25
7	Nilai <i>Cross Loading</i>	26
8	Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	27
9	Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	27
10	Nilai <i>path coefficient</i>	29

DAFTAR GAMBAR

11	Salah satu contoh manipulasi pada uji keselamatan yang dilakukan Daihatsu; penambahan pelat besi pada bagian dalam trim pintu dalam uji tabrak samping kendaraan model Vios/Yaris Ativ/Yaris Sedan (AC10#) dan Agya/Wigo/Ayla/Axia (A30#/A35#)	2
12	Diagram “Tiga Janji” sebagai simbol reformasi Daihatsu dan bentuk komitmen perusahaan agar kejadian yang sama tidak terulang kembali	3
13	Daftar 5 merek mobil terlaris di Jepang berdasarkan data penjualan oleh JADA tahun 2023 dan 2024	4
14	Daftar 5 merek mobil terlaris di Indonesia berdasarkan data penjualan <i>wholesales</i> oleh Gaikindo tahun 2023 dan 2024	5
15	Kerangka Pemikiran	13
16	Model Penelitian	14
17	Analisis Awal <i>Outer Model</i> dengan Nilai <i>Loading Factor</i> dan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	24
18	Analisis Final <i>Outer Model</i> dengan Nilai <i>Loading Factor</i> memenuhi syarat lolos uji validitas	25
19	Analisis Final <i>Inner Model</i> dengan nilai <i>original sample</i> , <i>T-Statistic</i> , dan <i>R-square</i> (R^2)	28